

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Margit Ajaots

**LOODUSTURISMI SIHTKOHA  
ARNENDAMINE VÕRTSJÄRVE PIIRKONNA  
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: MSc Tatjana Koor

Pärnu 2015

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	3
1. Loodusturismi sihtkoha ja turismitoodete arendamine .....	6
1.1. Loodusturismi arendamine sihtkohas.....	6
1.2. Turismitoodete- ja teenuste arendamine sihtkohas .....	12
2. Uuringud loodusturismi arendamise võimaluste välja selgitamiseks Võrtsjärve piirkonnas.....	17
2.1. Uuringute meetodid, valimid ning korraldus .....	17
2.2. Uuring 1: Hetkeolukorra analüüs .....	22
2.3. Uuring 2: Intervjuu tulemuste analüüs .....	27
3. Järeldused ja ettepanekud.....	31
Kokkuvõte .....	37
Viidatud allikad.....	40
Lisa 1. Võrtsjärve hoiuala välispiir .....	45
Lisa 2. Intervjuu küsimused .....	46
Lisa 3. Aktiivsete tegevuste võimalused Võrtsjärve piirkonnas .....	47
Lisa 4. Tegevuskava.....	48
Summary .....	50

## SISSEJUHATUS

Käesoleva töö teemaks on loodusturismi arendamine Võrtsjärve piirkonna näitel. Teemapõhine toote- ja sihtkohajuhtimine on aktuaalne, kuna selle kaudu tõstetakse turistide rahulolu ning pakutakse neile võimalusi uute teadmiste, kogemuste ja elamuste saamiseks (Turismi tootearendus 2015). Teema, millest sihtkoha arendamisel lähtuda, peaks tulenema sealsetest ressurssidest ning looma väärtuse, millega külastajaid piirkonda meelitada. Eesti turismi arendamisel lähtutakse neljast peamisest põhiteemast, milleks on loodus-, tervise-, kultuuri- ja perepuhkus. Neist esimene on aluseks võetud ka antud uurimistöö koostamisel, kuna see on Lõuna-Eesti piirkonnas üks olulisemaid turismiressursse koos ajaloo- ja kultuuripärandiga (Lõuna-Eesti ... 2009).

Loodusturism pakub üha rohkem huvi loodushuvilistele väljastpoolt Eestit. See on ka põhjuseks, miks selles suurt kasvupotentsiaali nähakse. Loodusturismi sihtkohtade ja pakkumiste loomiseks tuleb arendada turismivõimalusi siseveekogudel ja nende ümbruses ning luua külastaja vajadustest lähtuvaid terviklikke teemapõhiseid tooteid ja teenuseid. (Eesti Riiklik ... 2013: 19-20) Sihtasutus Lõuna-Eesti Turism lähtub samuti oma tegevustes olulisematest teemavaldkondadest, millest üheks on loodusturismi ja selle toodete arendamine piirkonnas (Lõuna-Eesti ... 2009).

Võrtsjärv koos ümbritseva keskkonnaga loob mitmekülgseid väljavaateid loodusturismi arendamiseks – seega tuleks neid võimalusi märgata, arendada ning esile tuua. Võrtsjärve Sihtasutus koostöös Ideest Teostuseni OÜ-ga on loonud aastateks 2013-2020 visiooni, millest üheks osaks on loodus- ja veeturismi arendamine (Võrtsjärve piirkonna ... 2013: 3). Tulenevalt sellest, et Võrtsjärve piirkonna turismistrateegias ei kajastu loodus- ja veeturismi arendamiseks vajalikud eesmärgid ja tegevused, on oluline need visiooni täitmiseks välja selgitada. Loodusturismi arendamises nähakse võimalust külastajate ja

ettevõtjate keskkonnateadlikkuse tõstmiseks, kuna läbi planeeritud turismi arendamise on võimalik nendeni viia loodushoiu vajalikkust puudutav info (Looduskaitse arengukava ... 2012).

Eelnevalt välja toodu kinnitab antud uurimistöö teema aktuaalsust, milles keskendutakse loodusturismi arendusvõimaluste välja selgitamisele Eesti suurima siseveekogu Võrtsjärve ümbruses. Antud lõputöö uurimisküsimuseks on seatud: millised on loodusturismi sihtkoha arendamise võimalused? Lõputöö eesmärk on esitada Võrtsjärve piirkonna turismi ja arendamisega seotud organisatsioonidele ja ettevõtetele ettepanekud loodusturismi arendamiseks sihtkohas.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitati järgnevad ülesanded:

- 1) loodusturismi sihtkoha arendamist käsitlevate teoreetiliste allikate analüüs;
- 2) uuringu kavandamine ja teostamine teiseste andmete analüüsi meetodil, selgitamaks välja piirkonna turismiressursside hetkeolukord;
- 3) uuringu kavandamine ja teostamine intervjuu meetodil, saamaks ülevaade erinevate turismi ja piirkonna arendamisega seotud organisatsioonide ja ettevõtete esindajate hinnangutest hetkeolukorrale ja arendusvõimalustele Võrtsjärve piirkonnas;
- 4) uuringute tulemuste analüüs;
- 5) järelduste tegemine ja ettepanekute esitamine piirkonna arendus ja turismi organisatsioonidele ja ettevõtetele loodusturismi sihtkoha arendamiseks Võrtsjärve piirkonnas.

Antud uurimistöö koosneb kolmest peatükist, millest esimene keskendub teoreetilise tagapõhja loomisele tulenevalt töö teemast. Selleks käsitletakse erinevaid sihtkoha ja loodusturismi arendamise teemat puudutavaid teadusartikleid ja raamatuid. Töö teine osa põhineb Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha arendamise võimaluste välja selgitamise protsessil. Olulisteks allikateks antud peatüki koostamisel on piirkonnaga seotud dokumendid, nagu näiteks arengukavad ja -strateegiad ning erinevad interneti leheküljed, mille põhjal turismiressursside analüüs läbi viiakse. Vastavateks allikateks on näiteks puhkaeestis.ee ja piirkonna turismiettevõtete ning -organisatsioonide koduleheküljed.

Antud uurimistöö kolmandas peatükis tehakse järeldusi ja esitatakse erinevaid ettepanekuid Võrtsjärve piirkonna turismi ja arendus organisatsioonidele ja ettevõtetele loodusturismi sihtkoha arendamiseks. See osa on koostatakse sünteesina teoorias välja toodud olulistest aspektidest ning uuringute tulemuste analüüsist. Töö lisad sisaldavad illustreerivaid materjale Võrtsjärve piirkonnast ning intervjuu küsimusi.

# 1. LOODUSTURISMI SIHTKOHA JA TURISMITOODETE ARENDAMINE

## 1.1. Loodusturismi arendamine sihtkohas

Antud alapeatükis antakse ülevaade loodusturismi erinevatest käsitlustest, loodusturismi-sihtkohast ja selle arendamisega seotud tegevustest erinevate autorite vaatenurkade kaudu. Turismisektoril on maailma majanduses oluline ja kasvav roll (Why tourism? 2015), mis tähendab ka pidevaid arendustegevusi ning uute turismisihtkohtade teket. Sellega kaasneb konkurentsi kasv ning vajadus turismisihtkoha läbimõeldumaks juhtimiseks ning turismi planeerimiseks, et leida konkurentsieelis ning vastavad tooted, teenused.

Bornhorst jt (2009: 572) leiavad, et turismisihtkohta võib defineerida kui geograafilist piirkonda, juriidilist pädevust või peamist atraktsiooni, mille eesmärgiks on pakkuda külastajatele mitmekülgseid unustamatuid külastuselamusi. Morrison (2013: 4) nimetab turismisihtkohta samuti geograafiliseks alaks, mis külastajatele huvi pakub. Ainult eelnevast kirjeldusest tema meelest siiski ei piisa ning ta on välja toonud veel mõned olulised turismisihtkohta iseloomustavad tunnused (Samas 2013: 4):

- geograafiline ala, millel on halduspiir;
- paik, kust turist leiab soovi korral ööbimiskoha;
- olemas on turistidele pakutavad tooted ja teenused ning neid toetav infrastruktuur;
- turismiturundust toetavad tegevused;
- on loodud sihtkoha juhtimise ja arendamisega tegelev organisatsioon (edaspidi DMO – *destination management organization*);

- turistidel on sellest paigast ettekujutus;
- valitsusasutused on kehtestanud seadused ja regulatsioonid;
- paigas on olemas erinevad turismi huvigrupid.

Maailma Turismiorganisatsiooni poolt on samuti välja toodud sihtkohale omased tunnused, millest enamus on sisult sarnased eelneva loeteluga. Täiendavalt saab lisada, et turismisihtkoht on põhiüksus, millel paljud turismitasandid põhinevad ning oluline on avaliku ja erasektori koostöö. Lisaks tähendab turismisihtkoht füüsilist ruumi, kus külastaja veedab vähemalt ühe öö (Conceptual Framework 2014).

Boniface jt (2012: 51) arvates võib mingil alal olla turismi edendamise potentsiaal tänu meeldivale kliimale, atraktiivsele maastikule, külalislahketele inimestele ning mitmekülgsetele ressurssidele, mis võiksid pakkuda põnevat avastamist. Jätkusuutliku ja konkurentsivõimelise sihtkoha staatust ei saavutata aga enne, kui on olemas (Samas 2012: 51):

- vähemalt üks atraktsioon, mille unikaalsust müügiks pakkuda;
- toetavad võimalused, kus on oluline majutus;
- erinevad ligipääsu võimalused;
- soodsad tingimused arendamiseks, millele aitavad kaasa infrastruktuur, turismiorganisatsioon(id) ja meetmed poliitiliseks stabiilsuseks.

Kui ala on turismisihtkohana edukas, avaldab see positiivset mõju kohalikule majandusele, kuna luuakse uusi töökohti. Tänu külastajate nõudlusele on võimalik laiendada olemasolevaid või luua juurde uusi ettevõtteid. Saadava tulu abil on võimalik parandada ka kohalikke teenuseid, näiteks parema transpordisüsteemi loomise ja infrastruktuuri arendamisega või elanikele ja külastajatele rohkemate võimaluste pakkumisega oma vaba aja veetmiseks. Võimalusteks, mida arendada, võivad olla näiteks puhkekeskused, puhkealad, poodlemise võimalused, lõbustused ja atraktsioonid. (Minciujt 2012: 100-103)

Piirkonna võimalustest lähtuvalt on viimase kümnendiga muutunud populaarseks ka teemapõhise turismi arendamine. Piirkonnale sobiv teema turismi arendamiseks valitakse üldjuhul selle olemasolevatest ressurssidest lähtuvalt, milleks võivad olla näiteks loodus-

ja kultuurikeskkonnast tulenevad tingimused. Nende põhjal luuakse nii sihtkoha kuvand kui ka turismimarsruudid, -tooted ja -teenused. (Burghardt, Prechte 2013: 223-225).

Loodusturism on turismivorm, mille peamiseks motivatsiooniks on looduse vaatlus ja väärtustamine (World Tourism...2015). Loodusturismi arendamine ja asjakohaste sihtsegmentide meelitamine võimaldab hooajalisuse vähendamist, kuna luuakse spetsiaalseid pakkumisi (linnuvaatlus, uisutamine) ja sündmusi, mis aitavad tõsta nõudlust ka madalhooajal (Smrekar, Tiran 2013: 63). Loodusturism hõlmab endas erinevaid turismitüüpe, mis põhinevad otseselt loodusega seotud vaatamisväärsustel ning tihti sisaldab see endas ka ökoturismi ja looduspõhist turismi (Nature-Based ... 2010).

Ökoturism on defineeritud kui vastutav reisimine looduslikele aladele, mis säästab keskkonda, hoiab kohalike inimeste heaolu ning kaasab tõlgendamist ja haridust. Ökoturism on ressursside kaitse, mis ühendab kogukonnad ja jätkusuutliku reisimise. See tähendab, et need, kes viivad täide, osalevad või turundavad ökoturismi, peavad vastu võtma järgnevad väärtused ja eesmärgid (What is Ecotourism? 2015):

- minimeerida füüsilist, sotsiaalset, käitumuslikku ja psühholoogilist mõju;
- ehitada keskkondlik ja kultuuriline teadlikkus ja austus;
- pakkuda positiivseid kogemusi nii külastajatele kui võõrustajatele;
- pakkuda vahetut finantsilist kasu kaitsele;
- genereerida finantsilist kasu nii kohalikule kogukonnale kui ka erasektorile;
- pakkuda unustamatuid kogemusi külastajatele, kes aitavad kasvatada tundlikkust võõrustajate poliitiliste, majandusliku ja sotsiaalse kliima suhtes;
- disainida, konstrueerida ja juhtida madalat mõju võimalustele;
- tunnistada põlisrahvaste õigusi ja vaimseid uskumusi oma kogukonnas ja töötada koostöös nendega, et luua mõjuvõimu.

Mercei ja Milini (2014: 327-329) meelest peetakse ökoturismi üha enam kaitsealade juhtimisstrateegiaks, mis on nõuetekohasel rakendamisel ideaalseks jätkusuutlikkust tagavaks tegevuseks. Nende meelest sisaldab ökoturism nelja peamist tõekspidamist, milleks on: avaldada minimaalset mõju ökosüsteemile, aidata majanduslikult kohalikke



kogukondasid, austada kohalikku kultuuri, kaasata kõiki sidusrühmasid, arvestada nii negatiivsete kui ka positiivsete mõjudega (Ateljevic, Page 2011: 15).

Lisaks loodusturismile on kasutusel mõiste looduspõhine turism, mille fookus on looduslikul keskkonnal, mis on ühtlasi nii taustsüsteemiks, peamiseks atraktsiooniks kui ka turisti tegevuste motivatsiooni allikaks (Hall jt 2009: 134). Enamasti hõlmab loodusel põhinev turism endas reisimist mõne kaitseala, veekogu või mere lähedusse ning seal ööbimist koos aktiivsetest tegevustest osa võtmisega, mis põhinevad kohalikel loodusressurssidel. (Fredman, Tyrväinen 2010: 179) Sellisteks tegevusteks erinevatel loodusaladel võivad olla näiteks loodusfotograafia, kalastus, jaht, marjakorjamine ja muu sarnane (Ateljevic, Page 2011: 11).

Weaver (2001, viidatud Olafsdottir 2013: 131 vahendusel) identifitseeris seitsekümmend looduspõhist turismitegevust kuude kategooriasse, mis on loodud sõltuvalt loodusest ja eeldatavast reisi motivatsioonist. Nendeks kategooriateks on:

- seiklusturism, mis sisaldab elemente nagu on risk, kõrge füüsiline pingutus ja vajadus spetsiifiliste oskuste järgi (kaljuronimine, koopasukeldumine, koopauurimine, kaljult vette hüppamine, koerarakendiga sõitmine, mäesuusatamine ja neljal rattal sõitmine);
- ökoturism, millele on omane jätkusuutlikkus ja õppimise ning hariduse kogemuse kaasamine ning keskkonnasõbralikkus (linnuvaatlus, loodusvaatlusprojekt, loodusfotograafia, väline õppetegevus, tähtede vaatlus ja vaalavaatlus);
- kolme S-i turism, toimub päikse (*sun*), liiva (*sand*) ja mere (*sea*) olemasolul (paadisõit, purjetamine, päevitamine, surfamine ja ujumine);
- vangistuses olev turism, mis põhineb vaimustusest metsloomade ja eksootilise taimestiku ja loomastiku vastu (akvaariumid, paljude puu- ja põõsaliikidega pargid, botaanikaaiad, eluslooduse pargid ja loomaaiad);
- ise ülalpidamisega seotud turism (marjakorjamine, kalastamine, jahtimine);
- terviseturism, mis tuleneb motivatsioonist parendada tervist ja heaolu (mudavann, loodusele taanduv ja spaad).

Fredmani ja Tyrväineni (2010: 177) meelest esitab loodusel põhinev turism mitmeid väljakutseid, mis on seotud kogukondade ja loodusvarade säilitamise ning

majandamisega. Loodusturismiga ei ole seotud ainult turismiettevõtted ja turistid, vaid ka maaomanikud, juhtimisasutused, teised ressursside kasutajad (näiteks metsandus, põllumajandus, kalandus) ja looduskaitse organisatsioonid. Kõik eelnevalt nimetatud on muutunud oluliseks osaks loodusturismi pakkumises. Paljudel juhtudel tehakse otsuseid loodusvarade kasutamisest avalike hüvede kaalutlustel, mis ei kuulu üldiselt eraturismisektori pädevusse. Siinkohal on oluline piirkonna tegevuste planeerimine ja koostöö.

Koostöö ja võrgustikud on olulised, kuna koostoime struktuurides aitab parendada informatsiooni ja teadmiste, kompetentside, ideede ja nõuannete liikumist ja edasi andmist. Maapiirkondades tegutsevad pigem väiksed ettevõtted, kellel tihti puuduvad võimalused ja ressursid uuringute läbi viimiseks ja nendest tulenevate teadmiste ellu viimiseks. Koostöö ja võrgustikud peaksid siinkohal olema eelduseks, et jagada üksteisega teadmisi ja praktilisi kogemusi. Selliste võrgustike olemasolul on hea, kui on olemas sihtkoha arendusprotsessi juhtiv üksus. (Rønningen 2013: 194)

Haugland jt (2010: 270) on sihtkoha arendamist defineerinud kui tegevusi, mis on kaasatud kogu sihtkoha strateegia arendamise protsessi, mis annaks üksikutele ettevõtjatele väärtust. Sellisel juhul on olulisel kohal DMO-d, kes seda protsessi juhiks ning seaks ühtse eesmärgi kogu piirkonna arendamisele. Busuiocr ja Andrei (2013: 359) usuvad, et samal organisatsioonil on oluline roll ka sihtkoha jätkusuutlikul juhtimisel. Turism võib olla jätkusuutlik tänu viisile, kuidas ta keskkonda ja kohalikku kogukonda aitab ja hoiab. Kui sihtkohas on tagatud hea planeerimine ja juhtimine, aitab see vältida ka sotsiaalseid ja kultuurilisi konflikte kohaliku elanikkonna ja turistide vahel.

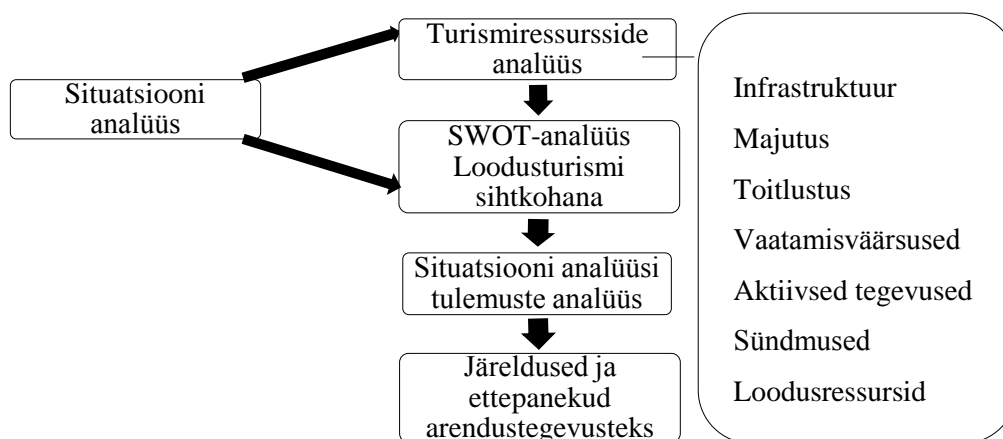
Sihtkoha juhtimine kujutab Busuiocr ja Andrei (2013: 359) sõnul koordineeritud haldamist kõigist elementidest, mis moodustavad terviku: turismi atraktsioonid, toetavad teenused, ligipääsetavus, turundamine ja hinnakujundus. Sihtkoha juhtimise organisatsioon võtab vastu strateegilise lähenemise eesmärgiga siduda need üksused, tagades sihtkoha parema haldamise. Borzyszkowski (2013: 367) arvates on DMO peamiseks eesmärgiks vastutada turismisihtkoha arendamise eest. DMO kolme olulisema ülesandena näevad Bosnić jt (2014:155) normatiivse raamistiku ning koostöö ja kompaktsete tegevuste tagamist erinevate piirkonna ettevõtete ja organisatsioonide vahel.

Lisaks näevad nad DMO ülesandena veel ettevõtte ja sihtkoha väärtuse tõstmist ning strateegilise konkurentsivõime tagamist.

Busuiocr ja Andrei (2013: 359) on läinud aga veelgi spetsiifilisemaks ning toonud välja, et turismisihtkohtade juhtimine hõlmab endas ka turismiarendamise korraldamise ja planeerimise otsuste kohandamist vastavalt sihtkoha ressursidele, valdkonna projektide ellu viimist, investorite meelitamist, turismi ressursside ja atraktsioonide juhtimist ning kvaliteetsete turismiteenuste pakkumist. Projektide ellu viimine tuleneb sihtkoha strateegilisest plaanist ning vastavatest sise- või välisfinantseeringutest. Sihtkohtadel võib olla kuvand või soov see tekitada nii turismis kui ka ärikeskkonnas, millest viimane tähendab näiteks investorites huvi tekitamist vastava piirkonna arendustegevustesse või ettevõtete loomisesse.

Piirkonna arendamiseks loodusturismi sihtkohaks tuleb esmalt välja selgitada looduse ja turismiressursside hetkeolukord (vt joonis 1 lk 12), millele järgneb enamasti SWOT-analüüs, kuna see on üks kõige tihedamini kasutatavatest meetoditest strateegiliseks juhtimiseks ning hetkesituatsiooni välja selgitamiseks. See on heaks aluseks arengustrateegia koostamisel nagu ka funktsionaalsetes strateegiate koostamisel, mida täidavad riigid, kohalikud omavalitsused ja ettevõtted (turunduseks, rahastuseks, logistikaks ja muuks sarnaseks). Antud meetod on mitmekülgne, kuna selles võetakse arvesse nii siseseid tugevusi ja nõrkusi ning väliseid võimalusi ja ohtusid, et tagada sobivus sihtkoha ressursside ja tingimustega tulenevalt keskkonnast. (Goranczewski, Puciato 2010: 48-49)

Joonisel 1 välja toodud mudel on heaks aluseks, et välja selgitada loodusturismi piirkonna arendamise võimalused sihtkohas. Esmalt selgitatakse välja piirkonna turismiressursid tulenevalt infrastruktuurist, majutusest, toidlustusest, vaatamisväärsustest, aktiivsetest tegevustest, sündmustest ning loodusest tulenevatest võimalustest (Goeldner, Ritchie 2009: 13). Sellele järgneb SWOT-analüüs, et välja selgitada probleemkohad ja tugevused loodusturismi sihtkoha arendamisel (Goranczewski, Puciato 2010: 48-49). Pärast andmete kogumise läbi viimist tuleb andmeid analüüsida, et jõuda järelduste ja ettepanekuteni (Saidi, Pegah 2011: 5).



**Joonis 1.** Loodusturismi arendamise kombineeritud mudel (Fredman, Tyrväinen 2010: 178; Goeldner, Ritchie 2009: 13; Saidi, Pegah 2011: 5; Goranczewski, Puciatto 2010: 48-49)

Eelnevast tulenevalt selgus, et loodusturismi käsitluste alla kuuluvatena võib käsitleda ökoturismi, seiklusturismi, eluslooduse turismi, kolme S-i turismi, vangistuses olevat turismi, ise ülal pidamisel põhinevat turismi ning terviseturismi, mida kõiki ühendab loodusel põhinevate toodete või teenuste pakkumine. Loodus on sel juhul ka reisi motivatsiooni allikaks. Selleks, et sihtkoha tegevused oleksid suunitletud ja koostöö erinevate piirkonna ettevõtete vahel hästi toimiv, on tähtis DMO töö. Luues konkurentsivõimelist sihtkoha, tuleb luua antud piirkonna ressurssidel ja eripäradel põhinevaid tooted ja teenused.

## 1.2. Turismitoodete- ja teenuste arendamine sihtkohas

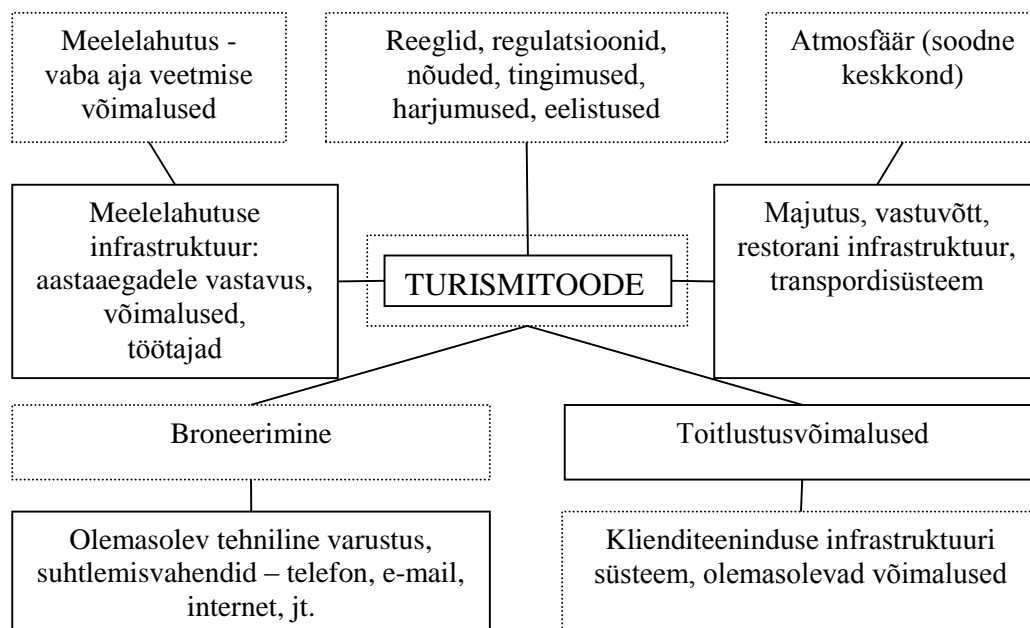
Selleks, et mõista, mida kujutab endast loodusturismi sihtkoha toode või teenus ning milline näeb välja nende loomise protsess, on koostatud järgnev peatükk. Tänapäeva ühiskonnas reisitakse palju, mida kinnitab rahvusvahelise turismi eksporditulude rekordiline kasv 2014. aastal (Exports from ... 2015). See tõstab esile ka terviklike toodete pakkumise olulisuse, sest mitmekülgsemate kogemustega kasvavad ka külastajate ootused.

Kozaki (2014: 1604-1607) arvates on külastajate ligi meelitamiseks vaja uuenduslikke lahendusi. Mida rohkem ollakse reisinud, seda kõrgemad on enamasti ka külastajate ootused uuele sihtkohale. Üksikud lihtsad turismiteenused ei ole enam see, mida loodetakse saada ning tekib vajadus luua partnerite võrgustik, millesse on kaasatud nii ärisektor, kohalikud omavalitsused kui ka valitsusvälised organisatsioonid.

Xu (2010: 607) arvates on toode erinevates majandusharudes arendatud selleks, et täita potentsiaalsete klientide vajadusi ja soove. Turismimajanduse areng on tõstnud esile turismitoodete arendamise olulisuse, mis tähendab Bosnići jt (2014: 155) sõnul, et turismisihtkoht peab kombineerima erinevaid ressursse ning looma omapärase turismitoote, mis oleks turismiturul äratuntav ja konkurentsivõimeline, aidates seeläbi tõsta turismisihtkoha tuntust. Middleton (2009: 123) toob esile veel sihtkoha kuvandi ja hinna, mida turistid on valmis maksta. Eelnevat arvesse võttes kombineeritakse turismisihtkoha toode.

Turismitoode on Xu (2010: 607), Middletoni ja Hawkinsi (2011: 71) kirjelduse järgi pagas, mis koosneb nii füüsilistest kui ka mittemateriaalsetest osadest. Ateljevic ja Page (2011: 15) selgitavad, et mittemateriaalne osa tootest tähendab, et seda ei saa kunagi pakkuda kõikidele klientidele ühtmoodi, kuid sellel on oluline mõju turistide kogemusele. Materiaalsed tooted põhinevad aga konkreetsetel turisti tegevusel või vajadusel, milleks võib olla näiteks matk, majutus või transport. Mihai (2014: 72) arvates on turismitoodete loomine just seetõttu tehniliselt ja majanduslikult keeruline protsess, kuna see koosneb nii kindlaks määratud materiaalsest ja mittemateriaalsest kui ka väärtust andvatest osadest, millega tuleb kogu loomisprotsessi käigus arvestada (vt joonis 2 lk 14).

Turismitoote materiaalsed ja mittemateriaalsed tegurid mõjutavad selle kvaliteeti, tingimusi ja kestvust konkurentsiga turul. Arvestada tuleks ka asjaoluga, et mitmed turismitoote osad on teineteisest sõltuvad. Näiteks mõjutavad broneerimist tehniline varustus ja suhtlemisvahendid, mis võivad seda kliendile käepäraseks või vastupidi keeruliseks muuta. Nii majutuse kui ka toitlustuse puhul on oluline toetav infrastruktuur. (Mihai 2014: 72) Seega võib öelda, et turismitoote arendamisel on oluline pöörata tähelepanu nii materiaalsele kui ka mittemateriaalsele osale võrdselt, kuna nad mõjutavad teineteist.



**Joonis 2.** Turismitoode on väärtuse süsteem, läbi materiaalsete (—) ja mittemateriaalsete (---) osade. (Mihai 2014: 72)

Kotleri (2003, viidatud Boniface jt 2012: 51 vahendusel) poolt on välja pakutud turismitoote esinemise viisid neljal kujul, mis kokku moodustavad tervikliku turismisihtkoha toote. Nendeks on tuumtoode, soodustav toode, toetav toode ning lisaväärtust andev toode. See tähendab, et tuumtooteks võib olla sündmusel osalemise kogemus, mida soodustab ligipääsetavus ja majutus, toetavad näiteks kõrge kvaliteediga söögikohad ning väärtust võivad lisada UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* ehk Ühinenud Rahvaste Hariduse, Teaduse ja Kultuuri Organisatsioon) maailmapärandi nimistusse kuuluvad vaatamisväärsused. On oluline, et turismisihtkoha tooteks ei peeta vaid üht sündmust, majutust või vaatamisväärsust, vaid arvestatakse ka toetavate teguritega.

Ratiu jt (2011: 256-257) on veendunud, et praegusel ajal on turismimajanduses olukord, kus turistide nõudlus aina kasvab. See omakorda tähendab, et turismiettevõtjad ja -organisatsioonid peaksid lähtuma toodete innovaatiliseks muutmisest ning unustamatute kogemuste pakkumisest. Unustamatu on kogemus kliendile siis, kui ta tunneb, et tema vastu tuntakse huvi ning ollakse valmis pingutama. Edukad on need turismiettevõtted,

kes saavad aru, et turistid on neile kõige olulisem väärtus, tänu kellele ettevõtte püsib. Sama põhimõtte kehtib ka sihtkohtade puhul.

Pechlaner jt (2009: 289) peavad turismisihtkoha ülesandeks toodete ja pakumiste loomist kindlale sihtgrupile, milles on ühendatud olemasolevad ressursid kliendikeskse lähenemisega. See võimaldab klientidel märgata nende unikaalsust võrreldes teiste sihtkohtadega, mille aluseks on innovaatiliste toodete arendamise protsess. Innovaatilisusest lähtuvate toodete loomiseks soovivad Ratiu jt (2011: 257) valida sobiv sihtturg, analüüsida ja anda hinnang turismiteenuste materiaalsele kvaliteedile ning personali pühendumusele ja koolitatusel. Samuti peab ta oluliseks, et tooted ja teenused pakuksid lahendusi, mida turist ootab.

Innovatsiooni võetakse aina rohkem kui võtmetegurit edu saavutamisel nii turismi arendamisel kui sihtkoha juhtimisel. Üheks peamiseks kasvavaks innovatsiooniks turismis on emotsioonide juhtimine või kogemusturism, kus ümbritseva keskkonna või atmosfääri kaudu pakutakse midagi, mis annab tootele või teenusele lisandväärtuse. (Kozak 2014: 1604-1607)

Turismitoodete mitmekesisus aitab suurendada sihtkoha konkurentsivõimet, pakkudes mitmekülgseid kogemusi ja tegevusi. Olulisteks aspektideks, mida veel turismitoote arendamisel meeles pidada on kliendi individuaalsetest vajadustest ja huvidest lähtumine, paindlikkus vastavalt kliendi muutuvatele maitsetele ja soovidele. Lühemalt öelduna tähendab see kliendilähedaste toodete pakumist. (Benur, Bramwel 2015: 214) Turismisihtkoht võib olla konkurentsivõimeline ja jätkusuutlik ka juhul, kui see põhineb ühel või vähestel turismitoodetel. Selline olukord on soodne sidusa kuvandi ja maine loomiseks. Konkreetne spetsialiseerumine aitab täpselt täita vastava spetsiifilise turu vajadusi. (Benur, Bramwel 2015: 214)

Loodusturismi toode, mida müüakse külastajale, on mittemateriaalne kogemus, mis on loodud erinevatest komponentidest, mis peavad koos moodustama terviku. Selleks, et parandada erinevate teenuste kvaliteeti, mis on osaks tootest, tuleb esile tuua selle erinevust ja unikaalsust võrreldes teiste sihtkohtade toodetega. (Smrekar, Tiran 2013: 63) Ökoturismi toodete arendamise puhul tuleb aga arvestada, et need peavad olema

kvaliteetsed, keskkondlikult ja ökoloogiliselt jätkusuutlikud, elujõulised ja kogukonnale vastuvõetavad (Ateljevic, Page 2011: 15).

Nii kaitsealadel kui ka nende ümbruses on võimalik arendada erinevaid looduspõhiseid tegevusi, mida hiljem turistidele terviklike toodetena pakkuda. Antud toodet aitavad täiustada ressursid, mis tulenevad kultuuripärandist, kohalikust kokakunstist ja veinidest või kultuurilistest ja religioossetest traditsioonidest. Selliselt on võimalik luua külastajatele mitmekülgeid kogemusi ja elamusi, mida tänapäeval turismist püütakse leida. (Smrekar, Tiran 2013: 41)

Edukad on need ettevõtjad, kes on pidevalt avatud uutele ideedele, mis aitavad toodet täiustada, tõsta tootlikkust või lahendada tööprotsessiga seotud probleeme (Hjalager, Nordin 2011: 290) Tootearendus, olgu see siis uute toodete arendamine või olemasolevate toodete uuendamine, on turismiettevõtete ja turismisihtkohtade õnnestumise aluseks. Ilma vajalike toodete või teenusteta, mida kliendid tahavad ja soovivad, ei suuda turism püsida. (Product Development 2010)

Kuigi kirjandusülevaatest ei selgu täielikku üksmeelt turismitoote defineerimiseks, on olemas ühine arusaam sellest, et turismitoode peab olema suunatud reisijatele, pakkuma mitmekülgeid kogemusi ning meeldejäädavaid elamusi, samas olema pidevas arengus ning avatud uuendustele. Turismitooted ja teenused on ka oluliseks aluseks turismi arenemisel ja püsimisel, kuna nende kaudu on võimalik konkurentidest erineda või lisandväärtust pakkuda. Loodusturismi toodete ja teenuste arendamisel tuleb arvestada, et need pakuksid külastajale emotsionaalset väärtust, oleksid kvaliteetsed ja keskkonnasõbralikud ning arvestaksid ka kohalike elanike heaoluga.



## **2. UURINGUD LOODUSTURISMI ARENDAMISE VÕIMALUSTE VÄLJA SELGITAMISEKS VÕRTSJÄRVE PIIRKONNAS**

### **2.1. Uuringute meetodid, valimid ning korraldus**

Võrtsjärv on Eesti suurim siseveekogu, mille ümber on moodustatud Võrtsjärve piirkond. Antud piirkond on osaks kolmest maakonnast: Tartumaast, Viljandimaast ja Valgamaast ning see moodustub seitsmest järve ümbritsevast vallast: Rõngust, Rannust, Kolga-Jaanist, Viljandist (sh endine Viiratsi valla ala), Tarvastust, Pukast ja Põdralast (Koostöö 2015). Kui antud uurimistöös kõnetatakse Viiratsi valda, siis on tegemist endise Viiratsi valla alaga, mis alates 2013. aastast liideti Viljandi vallaga (Viljandi vald 2015). Piirkond on loodud peamiselt seoses turismi arendamisega Võrtsjärvel ja selle ümbruses ning Viljandi vald tervikuna jääb liiga kaugeks.

Võrtsjärve piirkonnal on oma külastuskeskus, mis asub Jõesuus Kolga-Jaani ja Rannu valla piiril ning kuulub Võrtsjärve Sihtasutusele. Külastuskeskus on rajatud ökoloogilistest materjalidest ning võimalikult säästlikuna. Külastuskeskuses pakutakse erinevaid teenuseid nagu näiteks: turismiinfo, Võrtsjärve ekspositsiooni külastus, kanuude rent, telkimine või karavanikoht, kaikharent ja palju muud. 2010. aastal sai Võrtsjärve piirkond EDEN'i (European Tourist Destinations of Excellence ehk Euroopa turismi tippsihtkohad) tunnustuse kui parim veeturismi sihtkoht Eestis. Võrtsjärve piirkond kuulub ka *Global Nature Fundi* ehk Globaalse Looduse Fondi, mis omakorda on loonud *Living Lakes* koostöövõrgustiku maailma erinevate järvede vahel. (Võrtsjärve Sihtasutus 2015)

Võrtsjärv koos ümbritseva piirkonnaga (vt lisa 1) kuulub Natura 2000 kaitstavate alade võrgustikku. Selle võrgustiku eesmärgiks on tagada haruldaste või ohustatud lindude, loomade ja taimede ning nende elupaikade ja kasvukohtade kaitse. Võrtsjärvel ja selle lähiümbruses on määratud 214 linnuliiki, kellest 139 on kindlad haudelinnud, 14 liiki suvised toitekülalised ja 61 liiki läbirändajad. Tulenevalt kuulumisest Euroopa Liitu peab Eesti korraldama Natura 2000 aladel loodusväärtuste säilimise. Võrtsjärve hoiuala valitseja ja kaitse korraldaja on Keskkonnaameti Pärnu-Viljandi regioon, kelle nõusolekuta on mitmed majandustegevused keelatud ning (või) nende kohta tuleb esitada teatis. (Võrtsjärve Hoiuala ... 2015)

Võrtsjärve Sihtasutuse poolt on loodud Võrtsjärve väravad, mille moodustavad info- ja külastuskeskused ning avalikud puhkealad erinevates järveäärsetes punktides. Võrtsjärve väravate eesmärgiks on olla tõmbekeskusteks külastajatele ning ühtlasi moodustada piirkonnasisene turismivõrgustik. 1. aprill 2015 seisuga on loodud 13 väravat, milleks on: Pikasilla puhkeala, Järvemuuseum, Vooremäe puhkeala, Valma puhkeala ja infopunkt, Ulge puhkeala, Jõesuu puhkeala, Poldri puhkeala, Trepimäe puhkeala, Suislepa puhkeala, Rõngu lossimägi, Kivilõppe, Tarvastu käsitöökoda ja Oiu sadam.

Võrtsjärve piirkonna turismistrateegias 2014-2020 on seatud visioon: Võrtsjärve piirkond on Euroopas tuntud kui turvaline loodus- ja veeturismi sihtkoht, kus on hea elukeskkond kohalikele, aastaringselt suurepärased võimalused vaba aja veetmiseks piirkonna külastajatele ning, kus külalislahked kogukonna liikmed pakuvad mitmesuguseid kõrgel tasemel turismiteenuseid ja -tooteid. Seatud visioon on ambitsioonikas ning seega peaks olema seatud ka konkreetsed tegevused kõigi visiooni osade saavutamiseks. Strateegiast on puudu aga näiteks turvalise loodus- ja veeturismi sihtkoha saavutamiseks vajalikud tegevused, mis kinnitab antud uurimistöö vajalikkust.

Selgitamaks välja, millised võimalused on Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha arendamiseks, viidi läbi kaks uuringut. Esimese uuringu eesmärgiks on välja selgitada Võrtsjärve piirkonna üldiste ja loodusturismi ressursside hetkeolukord. Teise uuringu eesmärgiks on intervjuude vahendusel teada saada erinevate turismi ja arendamisega seotud organisatsioonide ja ettevõtete esindajatelt, millisena näevad nad

Võrtsjärve piirkonna hetkeolukorda ja võimalusi arendustegevusteks. Esimene uuring viidi läbi ajavahemikul 22.02.-10.03.2015 ning teine 06.03.-05.04.2015.

Esimese uuringu meetodiks valiti teiseste andmete analüüs. Brymani (2012: 312-316) sõnul on teisene analüüs teiste uurijate poolt kogutud andmete analüüs. Peamiseks eeliseks antud andmete analüüsil on, et andmed on juba kogutud ja töödeldud, mis aitab kokku hoida nii raha kui ka aega (Encyclopedia ... 2010). Zikmund jt (2013: 160) toovad teiseste andmete analüüsi eelistena välja andmete kättesaadavuse ja väiksema maksumuse kui esmaste andmete analüüsil. Samas peavad nad puudusteks andmete kehtivust, uudsust ja nende kvaliteeti. Antud analüüsi meetodi kõige olulisemaks osaks peavad Clow ja James (2014: 62-95) andmete õigsuse hindamist, kuna juhul kui need osutuvad vigaseks, võib see esialgsest kulukamaks ja aeganõudvamaks osutuda.

Võrtsjärve piirkonna olemasolevate turismiressursside välja selgitamiseks koguti teiseseid andmeid internetist puhkaestis.ee, visittartu.com, SA Lõuna-Eesti Turismi ja piirkonnas paiknevate turismiettevõtete kodulehekülgedelt. Valimiks antud uuringu puhul on eelnevalt nimetatud interneti leheküljed. Järgnevas tabelis 1 on välja toodud teiseste andmete kogumise ja võrdlemise kriteeriumid.

**Tabel 1.** Piirkonna turismiressursside analüüsi kriteeriumid (autori koostatud).

<b>Turismiressurss</b>	<b>Analüüsi kriteerium</b>
Kättesaadavus/ infrastruktuur	Kaugus suurematest linnadest, puhkealad, kodulehe olemasolu, puhkaestis.ee olemasolu
Majutusvõimalused	Ööbimiskohtade liik, asukoht (vald), hooajalisus, kodulehe ja puhkaestis.ee lehe olemasolu
Toitlustusvõimalused	Toitlustuskoha liik, asukoht (vald), avatud oleku periood nädalas, kodulehe olemasolu
Atraktsioonid ja Vaatamisväärsused	Atraktsiooni liik, asukoht (vald)
Aktiivsed tegevused	Aktiivsete tegevuste pakkujate hulk, asukoht (vald), aktiivsed tegevused, kodulehe olemasolu
Sündmused	Toimumisaeg, kellele suunatud
Loodusressursid	Jões, järved, ojad, LKA, saared, kõrgendikud, looduskaitsealad

Andmete kodeerimise kriteeriumid on tuletatud deduktiivselt ja kombineeritud mudelist tulenevalt. Teiseste andmete analüüsimiseks kasutati sisuanalüüsi. Nii turismiressursside

analüüsi kui ka intervjuu küsimuste (vt lisa 2) andmete valik on tuletatud kombineeritult kolmest erinevast mudelist milleks on:

- 1) tõekspidamised looduspõhises turismisüsteemis (Fredman ja Tyrväinen 2010: 178);
- 2) Goeldner'i ja Ritchie (2009: 13) turismifenomeni mudel: turismi komponendid ja turismi juhtimine;
- 3) Saidi ja Pegah'i (2011: 5) joonis ökoturismi toodete hindamise analüüs.

Teiseks uuringu meetodiks valiti intervjuu. Intervjuu vormiks on poolstruktureeritud intervjuu, mis tugineb teatud hulgal küsimustel, kuid samal ajal võimaldab vestlust ka edasi arendada ning mõnest teemast põhjalikuma ülevaate saada. Poolstruktureeritud intervjuu võimaldab vestluse arengut ootamatutes suundades ja võib viia uute ideede tekkeni (Hesse-Biber, Leavy 2011: 102). Hammond ja Wellington (2013: 91) peavad intervjuu väärtuseks võimalust arvesse võtta intervjuueeritava mõtteid, väärtusi, tundeid ja üldisi perspektiive. Poolstruktureeritud intervjuu on kombineeritud struktureeritud ja struktureerimata intervjuude puudustest ja eelistest, mis võimaldab hästi teemat käsitleda ning samal ajal ka mõningaid aspekte täpsustada või juurde küsida (Myers 2013: 123). Kuna poolstruktureeritud intervjuu aitab teemast põhjalikuma ülevaate saada ning lubab esitada kõigile intervjuueeritavatele samasuguseid küsimusi, on ka antud meetod sobiv uurimisküsimusele vastuse leidmiseks.

Intervjuu kaudu leitakse turismiasjaliste arvamus Võrtsjärve piirkonna hetkeolukorrast ja arendusvõimalustest loodusturismi sihtkohana. Selleks koostati valim erinevatest piirkonna ja turismi arendamisega seotud organisatsioonide ja ettevõtete esindajatest. Intervjuueeritavate valimi koostamisel arvestati, et valimisse oleks kaasatud vähemalt kaks piirkonnas tegutseva ettevõtte juhti, kaks piirkonna arendamisega tegelevat organisatsiooni ning avalikus sektoris turismi arendamisega tegelevat eksperti, kelle teadmised või tegevused on seotud ka loodusturismi arendamisega. Kokku edastati palve intervjuu läbi viimiseks osalemiseks üheteistkümnele piirkonna ja turismi arendamisega seotud organisatsioonide ja ettevõtete esindajatele. Neist osalema nõustus kuus, kellest üks andis intervjuu silmast silma kohtumisel, teine meili vahenduse ning ülejäänud neli telefoni teel.

Piirkonnas tegutsevate ettevõtete juhtidest ehk erasektori esindajatest kaasati Jõesuu Turismitalu perenaine Piia Maaring ning Järvemuuseumi juhataja Anu Metsar. Piirkonna arendamisega tegelevatest organisatsioonidest ehk mittetulundussektorist kaasati MTÜ Võrtsjärve Ühenduse juhatuse liige Karl Õmblus ning MTÜ Võrtsjärve Kalanduspiirkonna tegevjuht Jaanika Kaljuvee, kes on ühtlasi olnud ka Võrtsjärve SA juhataja. Turismi arendamisega seotud ekspertidest kaasati avalikust sektorist SA Lõuna-Eesti Turism projektijuhi Kadi Rebassoo ning EAS Turismiarenduskeskuse looduspuhkuse tootearenduse koordinaator Gea Kammer koos toote- ja sihtkohaarenduse valdkonnajuhi Birgit Prikkiga.

Intervjueeritavate nõusolekul intervjuud helisalvestati, et oluline informatsioon kaduma ei läheks. Helisalvestatud tekst transkribeeriti, et info koondada ning saada parem ülevaade. Pärast transkribeerimist viidi läbi deduktiivne kodeerimine. Saadud koodide põhjal viidi läbi sisuanalüüs, mille eesmärgiks oli andmete lahtimõtestamine. Esialgselt oli sisuanalüüs vaid põhimõistete tuvastamiseks tekstist ning nende esinemise sageduse hindamine, kuid nüüdseks on hakatud suuremat tähelepanu pöörama mõistetele ja nende vaheliste seoste välja selgitamisele (Hamilton ja Corbett-Whittier 2013: 134-147).

Intervjuu küsimusi oli kokku üheksa. Esmalt selgitati nende abil välja, milliseks peavad intervjueeritavad Võrtsjärve piirkonna hetkeolukorda, seejärel toodi välja peamised konkurendid ja eeskujuks sobivad piirkonnad. Järgnes piirkonna omapära leidmine ja viimaks uuriti, milliseid võimalusi on sihtkoha arendamiseks loodusturismi sihtkohana ning milliseid tooteid saaks sellest tulenevalt luua. Andmete jaotamiseks kasutati järgnevaid kategooriaid:

- piirkonna turismiressursside ja loodusturismi ressursside tugevused;
- piirkonna turismiressursside ja loodusturismi ressursside nõrkused;
- piirkonna turismiressursside ja loodusturismi ressursside võimalused;
- piirkonna turismiressursside ja loodusturismi ressursside ohud;
- piirkonna kui loodusturismi sihtkoha konkurendid;
- eeskujulikud piirkonnad;
- omapära ja konkurentsieelis loodusturismi sihtkohana;
- arendusvõimalused loodusturismi sihtkohana;

- loodusturismitoodete arendusvõimalused.

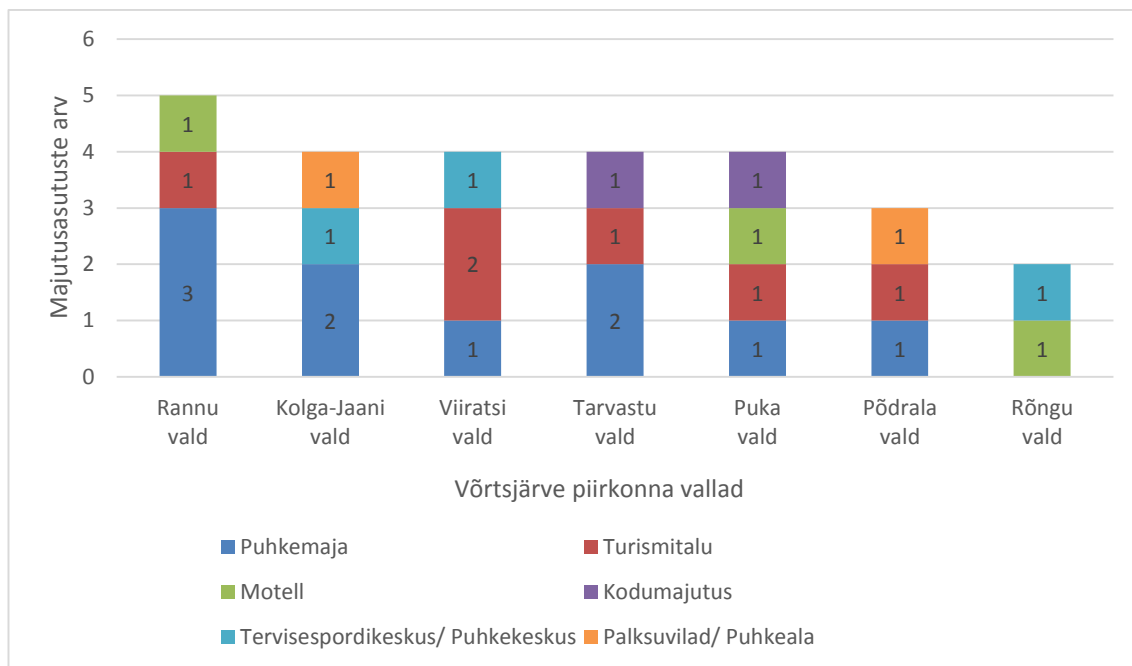
Pärast uuringute läbi viimist tehti mõlema uuringu tulemusi arvesse võttes järeldused, millest tulenevalt tehti ettepanekud piirkonna kui loodusturismi sihtkoha edaspidisteks arendustegevusteks. Edaspidiste arendustegevuste väljaselgitamine annab piirkonna ettevõtetele ja arendusorganisatsioonidele suunised, mille alusel oma tegevusi planeerida.

## **2.2. Uuring 1: Hetkeolukorra analüüs**

Nagu selgus ka kirjandusülevaatest, selleks, et edasi minna, tuleb välja selgitada piirkonna hetkeolukord. Kuna oluliseks eelduseks loodusturismi arendamisel on nii looduslikud ressursid kui ka teised turismiressursid, siis selgitati välja nende olemasolu piirkonnas, et analüüsida, mis on eelduseks või puuduseks Võrtsjärve piirkonna loodusturismi arendamisel.

Võrtsjärve piirkonnal on soodne asukoht, kuna see asub viie olulise Eesti linna vahel. Viljandist, Tartust, Valgast, Tallinnast ja Pärnust pääseb Võrtsjärve väravatele ligi nii autoga kui ka autokaravaniga. Võrtsjärve väravad on Viljandist, Valgast ja Tartust pooletunnise kuni pooleteisttunnise autosõidu kaugusel. Pärnust on erinevad Võrtsjärve väravad pooleteisttunni kuni kahetunnise sõidu kaugusele. Mõnevõrra rohkem aega võtab kohale jõudmine Tallinnast sõites, kuni kolm tundi, olenevalt väravast. Pealinn Tallinn on Eestile oluliseks väravaks nii õhu- kui ka veetranspordiga ligipääsul, kuna seal asuvad Eesti suurimad lennujaam ja sadam. Alates 2014. aastast liiguvad Eestis uued rongid, mis võimaldavad kiiresti liikuda Eesti suuremate linnade vahel. Tallinnast saab rongiga Tartusse ja Viljandisse, kust reisijatel on võimalus rentida auto, millega piirkonnas edasi liigelda. Soodne asukoht võimaldab piirkonda lihtsasti külastada erinevatest paikadest üle Eesti.

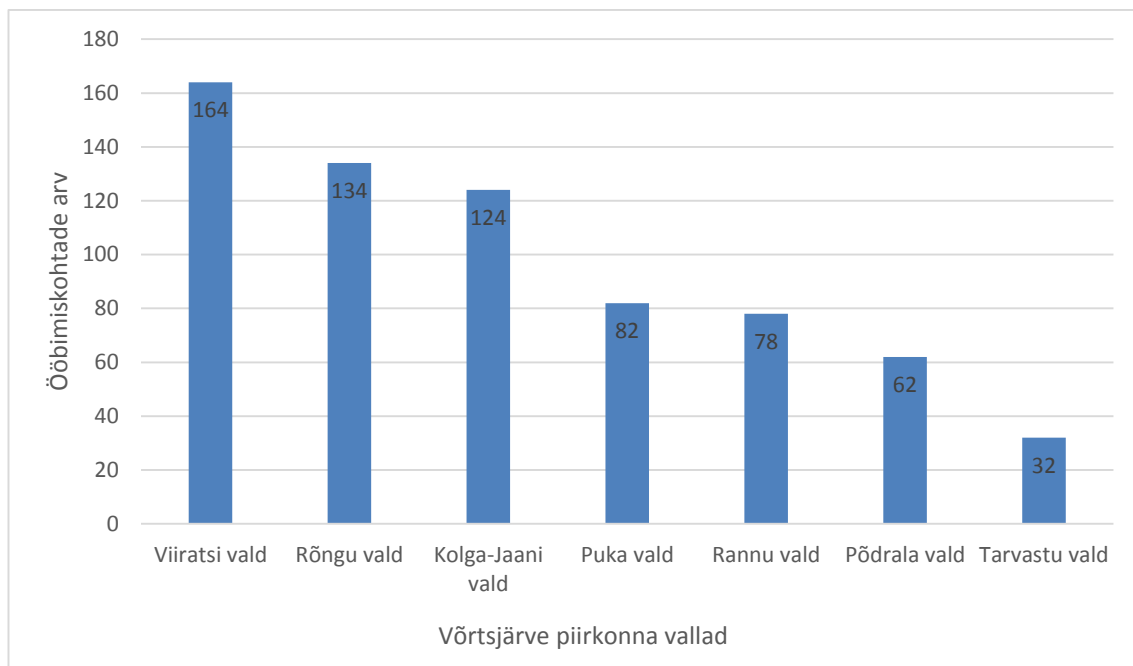
Majutusasutusi on Võrtsjärve piirkonnas kokku 26, millest vähemalt kaks on igas vallast (vt joonis 3 lk 23). Viis ehk enim majutusasutusi on Rannu vallas. Võrdselt neli majutusasutust on Kolga-Jaani, Viiratsi, Tarvastu ja Puka vallas ning ühevõrra vähem ehk kolm on neid Põdralas. Kõige vähem ehk kaks majutusasutust jääb Rõngu valda.



**Joonis 3.** Majutusasutuste jagunemine valdade lõikes (autori koostatud).

Piirkonnas on enim puhkemajasid (10), millest mõnevõrra vähem on turismitalusid (6). Lisaks on veel kolm motelli, kaks kodumajutust ning kaks puhkeala või palksuvilate pakkujat. Kõige mitmekülgsemad võimalused on Puka vallas. Paljud majutusasutused pakuvad lisaks majas ööbimisvõimalusele ka kämpinguid, autokaravani kohti ning telkimisvõimalusi.

Voodikohti on piirkonnas kokku 676 (vt joonis 4 lk 24), millest enamus jääb Viiratsi valda (164). Mõnevõrra vähem on ööbimiskohti Rõngu (134) ja Kolga-Jaani vallas (124). Järgnevad Puka vald (82), Rannu vald (78) ja Põdrala vald (62). Kõige vähem ööbimiskohti on Tarvastu vallas (32). Majutusasutusi on enim Rannu vallas, kuid voodikohtade arv on suurim Viiratsi vallas. Rõngu vallas on kõige vähem majutusasutusi, kuid voodikohtade arvult on see piirkonna seitsmest vallast teisel kohal.



**Joonis 4.** Voodikohtade arv Võrtsjärve piirkonna valdade lõikes (autori koostatud).

Suurem osa majutusasutustest (21) võimaldavad köögi kasutamist või toitlustust ettetellimisel. Hommikusöök sisaldub vaid 4 majutusasutuse hinnas, 8 pakub köögi kasutamise võimalust, 10 võimaldab toitlustust ettetellimisel ning neist kolmes saab nii toitlustust ettetellimisel kui on olemas ka köögi kasutamise võimalust. Ühes majutusasutuses antud tingimused puuduvad. Erinevates ettevõtetes on lisateenusteks *catering*, baar, kohvik või kiosk.

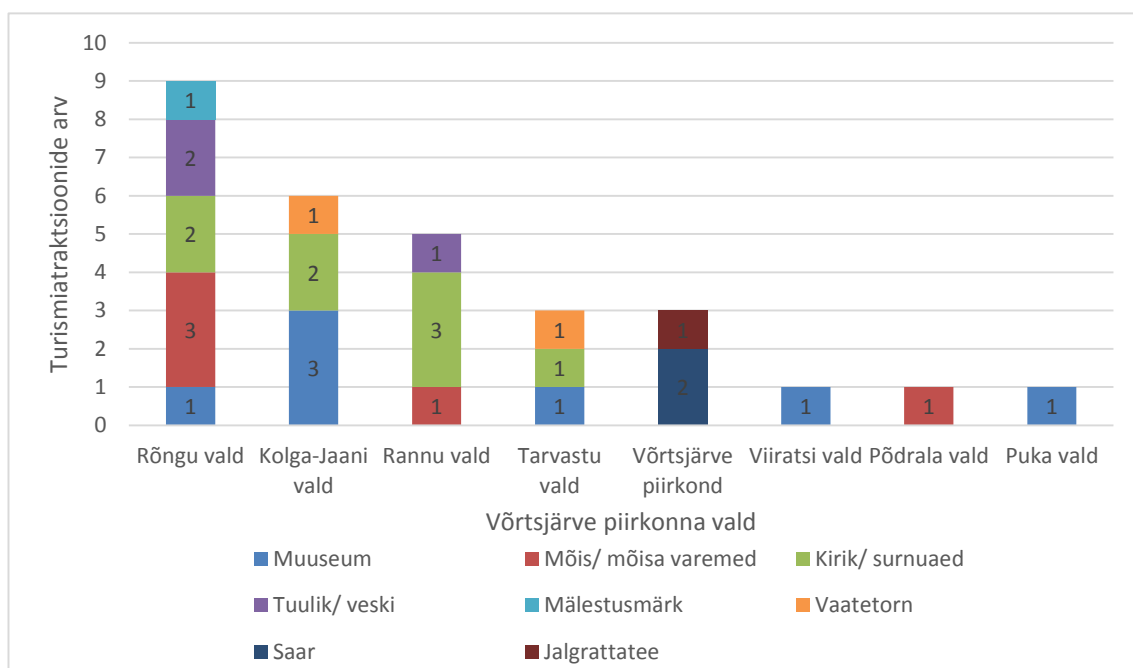
Aastaringelt on avatud vaid 8 majutusasutust, millest ükski ei jää Põdrala ega Viiratsi valda. Kogu kompleksi või üksikute tubade ettebroneerimisel saab ööbida 12 majutusasutuses. Eranditena tegutsevad kaks majutusasutust, kellest üks tegutseb juunist novembrini ettetellimisel ning teine juunist septembrini. Kahe majutusasutuse kohta antud info puudub, kuid neil on olemas kodulehekülg ja kontaktandmed, mis viitavad sellele, et tegemist on toimivate asutustega.

Toitlustusasutusi on piirkonnas kokku 6, millest 4 jäävad Rõngu valda ja 2 Kolga-Jaani valda. Toitlustuskoha tüüpideks on publi, kiirtoitlustus ja kohvik. Kolga-Jaani vallas asuvates kohvikutes on toidlustus võimalik vaid ettetellimisel. Rõngu vallas paiknevatest toitlustusasutustest üks on avatud igapäevaselt, teine argipäeviti, kolmas ettetellimisel



ning neljanda kohta antud info puudub. Viimast söögikohta on kajastatud valla koduleheküljel ning seega on alus arvata, et tegemist on tegutseva ettevõttega.

Turismiattraksioone või vaatamisväärsusi peale Võrtsjärve enda on piirkonnas 29, millest suurem osa ehk üheksa jääb Rõngu valda (vt joonis 5). Kuue vaatamisväärsusega on Kolga-Jaani vald ja viiega Rannu vald. Tarvastu vallas on kolm ning üks vaatamisväärsus on Puka, Põdrala ja Viiratsi vallas. Kolme atraktsiooni võib pidada kogu piirkonnale kuuluvateks, milleks on järve ümbritsev jalgrattatee ja kaks Võrtsjärve saart.



**Joonis 5.** Võrtsjärve piirkonna turismiattraksioonid vastavalt valdadele (autori koostatud).

Piirkonnas on 24 aktiivsete tegevuste pakkujat, kelleks on nii kohalikud ettevõtjad, majutusasutused kui ka aktiivsete tegevuste korraldajad väljastpoolt. Mõnel juhul arvestati antud kategooria alla ka need pakkujad, kes annavad varustuse mõneks aktiivseks tegevuseks. Puka, Põdrala, Tarvastu ja Viiratsi vallas on kõigis võrdselt 3 pakkujat. Kolga-Jaani vallas on 5 teenusepakkujat ning Rannu vallas 4. Lisaks eelnevatele on korraldajateks Meie Liigume Matkad ja 360 kraadi, kes korraldavad aktiivseid tegevusi üle Eesti ning mõned neist jäävad ka Võrtsjärve ümbritsevatele aladele. Piirkonnas pakutavaid aktiivseid tegevusi on kokku 32 (vt lisa 3). Tegevusi võib olla veelgi, kuid neid polnud kajastatud puhkaeestis.ee, visittartu.com, SA Lõuna-Eesti

Turismi või turismiettevõtete kodulehekülgedel. Tegevuste toimumispaigaks on kõigi pakkujate puhul välitingimused. Koduleht puudus vaid ühel aktiivse tegevuse pakkujal.

Traditsioonilisi suuremaid sündmusi toimub Võrtsjärve piirkonnas 5, milleks on Võrtsjärve kala- ja käsitöölaad, Võrtsjärve rattamatk, Võrtsjärve mängud, Suislepa paadipäev ja Valma kalurite päev, millele viimastel aastatel on lisandunud üritused Ulge puhkealal nagu näiteks 2015. aastal toimuv Suvefest. Aastaringelt toimuvad vaid väiksemad kohalikele suunatud sündmused nagu näiteks tantsuõhtud ja külade päevad, mida korraldavad enamasti valdades asuvad kultuuriasutused. Võrtsjärve mängud toimuvad erinevates valdades ümber Võrtsjärve ning toovad tihti kohale ka eemale kolinud inimesi. Peale Võrtsjärve mängude, mis leiavad aset nii suvel kui talvel, toimuvad ülejäänud suuremad sündmused juunis või juulis, mis tähendab, et kevadisel, sügisesel ja talvisel perioodil turistidele mõeldud sündmused puuduvad, sest talvel on vaid üks taoline sündmus.

Võrtsjärv, mille ümber on antud piirkond loodud, on peamiseks loodusturismi ressursiks. Lisaks eespool mainitud turismiressurssidele on piirkonnas mitmeid loodusest tulenevaid ressursse (vt tabel 2). Piirkonnas on palju kõrgendikke (9), jõgesid (8) ja puhkealasid (8), mis võivad luua tulenevalt ajaloost või võimalustest ressursi loodusturismi arendamiseks. Poole vähem on piirkonnas järvesid, ojasid ja looduskaitsealasid, kuid mis samuti võivad olla potentsiaalseks aluseks loodusturismi arendamisel.

**Tabel 2.** Loodusressursid ja arvukus Võrtsjärve piirkonnas (autori koostatud).

Loodusressurss	Ressursside arv
Kõrgendik	9
Jõed	8
Järved	3
Ojad	4
Looduskaitsealad	3
Puhkealad	8

Võrtsjärve piirkond jääb Eesti olulisemate linnade vahelisele alale, kus on olemas 26 majutusasutust, 6 toitlustusasutust, 30 vaatamisväärsust ning 24 aktiivsete tegevuste pakkujat. Majutusasutused paiknevad erinevates valdades üle piirkonna, kuid toitlustusteenuse pakkujaid igasse valda ei jätku. Lisaks on piirkonnas mitmeid loodusressursse, millega piirkonna arendamisel arvestada.

## 2.3. Uuring 2: Intervjuu tulemuste analüüs

Uuringu käigus intervjueriti kuut turismiasjalist ja piirkonna arendusorganisatsioonide esindajat, nii avalikust kui ka era- ja mittetulundussektorist oli kaks vastanut. Kõigile intervjueritavatele esitati ühesugused küsimused, kuid poolstruktureeritud intervjuu vorm võimaldas küsimusi täpsustada ja arendada intervjuu suundasid erinevalt.

Esmalt selgitati intervjuu küsimuste kaudu välja piirkonna loodusturismi hetkeolukord. Piirkonna loodusturismi tugevusena toodi üksmeelselt esile Võrtsjärve asukoht, kuna see paikneb Eesti oluliste linnade vahel ning piirkonna lõunaosa ei asu ka Lätist kaugel. Teiseks tugevuseks leiti olevat Eesti suurima sisejärve ümber paiknemine, mis ühtlasi teeb piirkonna ka eriliseks. Lisaks tõid mõlemad nii era- kui ka mittetulundussektori esindajad välja, et piirkonna tugevuseks on kala ja kalastusvõimaluste pakkumine, kuigi nad nägid selles veel arendusvõimalusi. Igast sektorist vähemalt üks küsitletutest pidas oluliseks piirkonna looduse puutumatust. Loodusturismi või looduspõhist turismi käsitleva tugevusena tõid üks ettevõtja ja üks avaliku sektori esindaja välja veel Järvemuuseumi olemasolu ning üks ettevõtja ja avaliku sektori esindaja veeharrastuste pakkujate rohkuse.

Nõrkusi toodi välja erinevate intervjueritavate poolt mõnevõrra rohkem kui tugevusi ning üksmeelt oli vähem. Valdavalt kõik intervjueritavad, väljaarvatud üks erasektori ja üks avaliku sektori esindaja, leidsid, et probleemkohaks on toimiva koostöö puudumine, mis ei soodusta ka piirkonna tervikuks kujunemist. Mittetulundussektori üks esindajatest arvas, et Võrtsjärve SA peaks leidma mooduse, kuidas ettevõtjad ühiselt tegutsema panna. Samas on üks ettevõtja ja üks avaliku sektori esindaja arvamusel, et seni on nõrk ka infrastruktuur, mis ei toeta turismi arengut. Erasektori ja kaks avaliku sektori esindajat tõdevad, et puudu on ka toitlustuskohtadest üleüldiselt ning kohalikul toidul põhinevatest toitlustusasutustest, mis aitaks piirkonnale omapära ja elamusi lisada. Nõrkusteks mis veel välja toodi on loodusturismitoodete ja -teenuste pakkujate puudus, turismi hooajalisus.

Keskkonnast tulenevaid võimalusi loodusturismi sihtkohana väga palju välja ei toodud. Põhjus võis tuleneda teema piiritlemisest loodusturismiga. Nii mittetulundussektori kui

ka avaliku sektori üks esindajatest usuvad, et võimaluseks on uued sihtturud ja -riigid. Samas näeb teine avaliku sektori esindaja võimalust ka loodusturismi kasvavas populaarsuses ning inimeste soovist saada linnamelust eemale. Veel tõid üks mittetulundussektori ja üks erasektori esindaja võimalusena välja erinevad planeeringud ja projektides osalemise, mis aitab tõsta sihtkoha tuntust, seda arendada ning anda ka lisandväärtust olenevalt projekti eesmärgist.

Erasektori esindajate ja ühe avaliku sektori esindaja arvates on ohtudeks uute loodusturismi sihtkohtade lisandumine ja konkurentide tegevuste kiirem ja atraktiivsem areng. Samas on oluliseks ohuks mõlema ettevõtja ning ühe avaliku sektori esindaja meelest keskkonnast tulenevad piirangud, millele toob sama ettevõtja näiteks kuulumise Võrtsjärve Natura 2000 alale. Vähemal määral võivad ohuks osutada loodusest lugupidamatud külastajad, mille tõid esile üks mittetulundussektori ja üks erasektori esindaja.

Kuna ohtudena nähakse konkurentide tegevusi ja kiiremat arengut, siis järgneva küsimusega selgitati välja ka vastanute arvamus sellest, keda nähakse konkurentidena ning milles see väljendub. Nii erasektori kui mittetulundussektori üks esindajatest ei näinud konkurentides ohtu ning ei osanud neid ka välja tuua. Põhjenduseks toodi, et erinevate piirkondadega tuleb teha pigem koostööd, mitte vaadelda neid konkurentidena. Ülejäänud tõid konkurentidena esile järgnevad piirkonnad:

- Lääne-Eesti mere äärsed alad (peamiselt Haapsalu ja Matsalu piirkonna) kui linnuvaatlusturismi sihtkoha;
- Soomaa koos looduslike ressurssidega;
- Peipsi selle purjetamise, kalastuse ja kultuuri võimaluste oskusliku ära kasutamisega;
- Saadjärve selle purjetamise ja kalastamise võimaluste pakkumisega.

Konkurendid ei kujuta endast alati halba, vaid neist võib ka kasu olla. Oma konkurentidelt saab õppida, leiavad üks ettevõtja ja üks mittetulundussektori esindaja. Nad tõid näiteks, et Peipsiääre Sibulateelt tasuks eeskujult võtta kohaliku toidu pakkumisel ning piirkonnale omase brändi loomisel vastavalt Võrtsjärve piirkonna omapäradele. Hoopis teisest vaatenurgast lähenedes nägi õppimisvõimalust avaliku sektori esindaja. Ta tõi eeskujuks

Roosta puhkekeskuse, kus on hästi lahendatud üksikkülastajate ning grupituristide vastuvõtt, kuna ei eelistata ei üht ega teist ning lisaks pakutakse kohapeal kõikvõimalikke loodusturismi sihtkohale vajalikke teenuseid. Ta leidis, et loodusturismi arendamisel tuleb kindlasti arvestada sellega, et piirkonnas võib rohkem käia üksikkülastajaid ja väikseid gruppe, kelle peamiseks motivatsiooniallikaks on loodus. Kolm intervjuueeritavat ei osanud konkurente puudutavale küsimusele vastata.

Omapära, mida piirkonna edasiarendamisel rohkem esile tuua ja ära kasutada, on vastajate arvates üksmeelselt asukoht ja Võrtsjärve suurimaks siseveekoguks olemine, mis võimaldab arendada näiteks linnuturismi ja kalaturismi. Ühe avaliku sektori esindaja meelest võimaldaks piirkonnale omapära lisada rannarahvakultuuri esile toomine läbi kohalike või põliskalurite jutustuste ja kohaliku toidu. Sama intervjuueeritav lisas omapärana ka kohapealse teadustegevuse Võrtsjärve Limnoloogiakeskuses.

Tulenevalt eelnevatest vastustest suunas üks küsimus intervjuueeritavaid tooma välja piirkonna arendusvõimalusi. Mitmed võimalused arendustegevustest tulenesid nõrkustest ja ohtudest. Peamiseks intervjuueeritavate poolt välja toodud arendusvõimaluseks on koostöö tugevdamine. Sellele võiks mittetulundussektori ja avaliku sektori esindaja arvates kaasa aidata ühtse ja tervikliku loodusturismimarsruudi loomine, mis toetaks ka piirkonna kui terviku, mitte eraldiseisvate sihtkohtade, pakkumist külastajatele. Kõik peale ühe ettevõtja leiavad, et piirkonna infrastruktuur vajab täiendamist. Kõike eelnevat aitaks saavutada tegevuste suunitletus, millest mittetulundussektori esindajate arvates antud juhul puudu on. Mittetulundussektori esindaja tõi välja, et konkreetsema tegevussuuna valik, näiteks loodusturismi sihtkohana, seab vastavad raamid.

Suur osa võimalikest intervjuueeritavate poolt pakutavatest arendustegevustest olid seotud turismitoodete ja loodusturismi toodete arendamisega. Ühiselt toodi välja, et toote loomisel tuleks eelkõige ära kasutada kõikvõimalikud kohapealsed ja omapärased loodusturismiressursid, nagu näiteks, kultuurmustikate korjamine ja nende kasvatuse külastus või kala ja sellega seonduv. Samu märksõnu saaks kasutada ka kohalikul toidul põhineva turismitootete loomisel, mille on välja pakkunud mõlemad avaliku sektori esindajad ning teisest kahest sektorist üks esindajatest. Samamoodi on kohalikel ressurssidel põhinevate loodusturismitoodete arendamiseks välja toodud, linnuvaatlus-,

kala- ja rattaturism. Kindlasti tuleks loodusturismi toodete arendamisel arvestada sellega, et külastaja jaoks on oluline, et see pakuks mingit omapärast meeldejäädavat kogemust või emotsiooni, toonitasid mõlemad avaliku sektori esindajad ja üks mittetulundussektori esindajatest.

Avaliku sektori üks esindaja on esile toonud kohalike kaasamise olulisuse ning üks erasektori esindaja ettevõtjate koolitamise. Kohalike ja ettevõtjate teadlikkuse tõstmine turismitoodete- ja teenuste pakkumistest aitaks suure tõenäosusega kaasa ka nende kaasamisele loodusturismi arendamisse. Võimalik, et rohkem teadlikumana oskaksid kohalikud ja sealsed juba tegutsevad ettevõtjad arendada uusi loodusturismooteid ja -teenuseid, arvab üks erasektori esindajatest. Avaliku sektori esindaja pakub teenustena välja kohaliku loodusgiidi olemasolu ja kohaliku toidu pakkumise. Erasektori esindaja täiendab teenuseid käsitöö- ja töötubade läbiviimisega.

Avaliku sektori üks esindajatest leiab, et turundusvõimalusi, näiteks puhkaeestis.ee ja teistel piirkonnaga seotud turismiturundus lehtedel, on seni veel pigem vähe ära kasutatud. Piirkonna kui terviku arendamiseks ja turundamiseks ühtse loodusturismi sihtkohana, pakub avaliku sektori esindaja brändi loomist, mis põhineks Võrtsjärve piirkonna eriliseks tegevatel loodus- ja kultuuriressurssidel.

### 3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Tulenevalt kahe läbi viidud uuringu analüüsist, mille kaudu selgitati välja turismiressursside hetkeolukord ja arendusvõimalused Võrtsjärve piirkonnas, tehakse järeldused ning esitatakse ettepanekud (vt lisa 4) piirkonna turismi- ja arendusorganisatsioonidele ning ettevõtetele. Esmalt on koostatud kahe uuringu analüüsi tulemuste põhjal Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha SWOT-analüüs (vt tabel 3).

**Tabel 3.** Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha SWOT-analüüs (autori koostatud).

<b>Tugevused</b>	<b>Nõrkused</b>
Eesti suurim sisejärv Soodne asukoht Eesti suuremate linnade vahel Kalastamisvõimalused Liivarannad ja avalikud puhkealad Piirkonna puutumatus Veeharrastused Palju aktiivsete tegevuste võimalusi looduskeskkonnas Järvemuuseum – looduse süvitsi pakkumine Erinevatesse koostöövõrgustikesse kuulumine (Living Lakes) Võrtsjärve SA tegevused (turundus) Majutuasutuste paiknemine erinevates valdades	Ettevõtjate vähene teadlikkus arendustegevuste võimalustest Mittetoimiv koostöö piirkonna ettevõtete ja organisatsioonide vahel Vähe loodusturismitooteid ja -teenuseid Infrastruktuuri puudused (viidastatus jms) Toitlustuskohtade puudus Kohalike söögikohtade puudus Aastaringselt avatud majutuskohade puudus Turismi hooajalisus Vähe tähistatud matkaradasid Konkreetses tegevussuuna puudumine Nõrk loodusturismi turundus Kasutamata Võrtsjärve värvate potentsiaal Vähe üksikkülastajatele või väikestele gruppidele suunatud loodusturismi tooteid ja teenuseid
<b>Võimalused</b>	<b>Ohud</b>
Uued sihtturud ja sihtriigid Loodusturismi kasvav populaarsus maailmaturismis Inimeste soov saada vaheldust linnamelust	Konkurentide lisandumine Konkurentide tegevused (nt kiirem areng, uued loodusturismi tooted ja teenused) Keskkonnast tulenevad piirangud (Natura 2000 alale kuulumine) Loodusest mittelugupidavad turistid Kogukonna rahulolematuse

Praegusel juhul on Võrtsjärve piirkonna nõrkuseid ja ohte rohkem kui tugevusi ja võimalusi. Uuringutest selgus päris mitu olulist valdkonda, millega piirkonna arendamisel kindlasti arvestada. Nendeks on Võrtsjärvest endast kui Eesti suurimast siseveekogust tulenevad võimalused nagu näiteks kalastus, rannapuhkus ja veeharrastused. SWOT-analüüsi käigus selgunud tugevused nagu ka keskkonnast tulenevad võimalused kinnitavad loodusturismi arendamise olulisust piirkonnas, kuna reisitakse üha rohkem ning soovitakse looduse keskel aega veeta, kasutades erinevaid turismiteenuseid ja -tooteid. Tulevikus on võimalik piirkonna planeeringute kaudu nõrkused kõrvaldada ning ohud neutraliseerida. Järgnevalt esitatakse konkreetsemad järeldused ja soovitused piirkonna arendamiseks loodusturismi sihtkohaks.

Võrtsjärve piirkonnal on küll soodne asukoht nagu selgus piirkonna turismiressursside analüüsist, kuid puudu jääb toetavast infrastruktuurist, mis soodustaks veelgi turistide kohale jõudmist ja nendes huvi äratamist. Praegusel juhul on küll tegeletud puhkealade korrastamise ja Võrtsjärve väravate loomisega, kuid lisaks antud tegevustele tuleks luua paremate viitade süsteem nii autoteede ääres kui ka matkaradadel. Tähelepanu tuleks pöörata olemasolevate paikade korrastamisele nagu näiteks Tamme paljandi matkarajale, mis on antud hetkel osaliselt suletud ning Mustjärve matkarajale, kuhu korraldatakse Limnoloogia keskuse poolt õppematkasid. Lisaks olemasolevate matkaradade korrastamisele tuleks piirkonna ressursse nagu näiteks looduskaitse- ja puhkealasid, jõgede ning järvede ümbrust ära kasutades leida uusi võimalusi loodusturistidele huvi pakkumiseks. Eelnevalt nimetatud arenguvõimaluste ellu viimiseks võiks peamine osa investeringutest tulla valdadest, kus korrastamist või viidastamist vajav paik asub või MTÜ Võrtsjärve Ühenduse poolt vahendatavatest LEADER-i meetme projektitoetustest, kuna korralik infrastruktuur loob paremad tingimused ka piirkonna elanikele, mis on antud asutuse üks prioriteete.

Uuringute analüüsi tulemusena selgusid Võrtsjärve piirkonna probleemidena veel toimiva koostöö puudumine ning ettevõtjate vähene teadlikkus loodusturismi arendamise võimalustest. Koostöö ja võrgustikud aitavad parendada informatsiooni, teadmiste, kogemuste, ideede ja nõuannete liikumist (Ronningen 2013: 194) ning seega saaks



koostöö arendamise kaudu lahendada ka ettevõtjate teadmatusega seotud probleemi. Siin on oluline roll Võrtsjärve Sihtasutusel kui piirkonna turismisihtkoha juhtimise organisatsioonil. Bosic jt (2014:155) sõnul on antud organisatsiooni üheks ülesandeks koostöö ja kompaktsete tegevuste tagamine erinevate piirkonna ettevõtete ja organisatsioonide vahel. Sellest tulenevalt võiks toimuda ettevõtete ja organisatsioonide vahelised koostöökohtumised, mis sisaldaks ka koolitust, mida viivad läbi nii kohalikud ettevõtjad oma kogemuste põhjal kui ka pädevad inimesed väljastpoolt. Esimene koolitus võiks keskenduda loodusturismi sihtkoha arendamise võimalustele ning teine loodusturismi toodete arendamisele sihtkohas.

Turismisihtkoha tuntuse tõstmiseks tuleb kombineerida erinevaid ressursse ning luua omapärane turismitoode (Bosnić jt 2014: 155), kuid just see on mitme intervjuueeritava arvates Võrtsjärve piirkonnal puudu. On küll palju loodusest tulenevaid ressursse, mis peaksid looma võimalusi piirkonnale omaste toodete loomiseks, kuid seni pole neid intervjuueeritavate arvates piisavalt kasutatud, kuna puudub omapärane toode või teenus. Võimalusena antud probleemi lahendamiseks pakuti intervjuude käigus välja kalastuse, linnuvaatluse ja purjetamise toodete või pakettide arendamine koos toetavate ressursside abiga. See peaks tulenema Smrekari, Tirani (2013: 41) arvates kohalikust kultuuripärandist, kokakunstist ja traditsioonidest, nagu näiteks kalapüük koos põlise kaluri ja hilisema kohaliku toidupakkumisega või linnuvaatlus koos toetavate turismiteenustega. Üks intervjuueeritavatest tõi selleks sobiva näitena välja rannarahvakultuurist tulenevate lugude rääkimise ning kalatoitude pakkumise. Need ideed sobib kokku Võrtsjärve piirkonna ressurssidega ning tooks samal ajal esile ka selle omapära.

Olemasolevate toodete täiendamine ja uute toodete loomine peaksid kaasama ka kohalikke elanikke, kes kinnitaksid oma külalislahkusega piirkonna turismipotentsiaali (Boniface jt 2012: 51). Kohalike kaasamine aitaks vältida või vähendada ka võimalikke huvide konflikte piirkonda saabuvate turistide ja kohalike vahel. Kohalike kaasamiseks nägid intervjuueeritavad võimalusi näiteks erinevate käsitöö ja töötubade korraldamisel, kohaliku toidu pakkumisel ning loodus- ja kultuuri teemaliste giiditeenuste võimaldamisel. Neist esimene võimalus võiks tuleneda piirkonna järve ja looduse poolt

pakutavast, milleks võib olla näiteks järve maalimine või pilliroost meisterdamine. Antud teenuste loomise toetuse saamise võimaluseks sobib piirkondade konkurentsivõime tugevdamise investeeringute meede, mida rahastab Euroopa Regionaalarengu Fond (Piirkondade...2015).

Turismisihtkoha juhtimise organisatsioon vastutab Busuiocr ja Andrei (2013: 359) sõnul piirkonna strateegilise lähenemise eest, mis peaks siduma tervikuks kogu piirkonnas pakutavad tooted ja teenused, atraktsioonid, turunduse, hinnakujunduse ja toetava infrastruktuuri. Uuringutest selgus, et praegusel juhul puudub Võrtsjärve piirkonnal konkreetne tegevussuund, kuigi on koostatud turismistrateegia, millest lähtuvalt tegutseda. Antud turismistrateegia visiooni ühe osana on kirjas, et soovitakse olla turvaline loodus- ja veeturismi sihtkoht, mis loob konkreetse tegevussuuna, millest edaspidi lähtuda. Tegevussuuna määratlus peaks aitama ka ettevõtjatel oma tegevusi suunitleda. Ühisest teemast lähtumine loob paremad võimalused ka turundustegevusteks ja tootearenduseks, mil luuakse ühiseid infovoldikuid koos pakutavate loodusturismitoodete ja -teenustega või esitatakse informatsiooni erinevates turismiinfoportaalides vastavast teemast lähtuvalt. Kindlale sihtgrupile toodete ja pakumiste loomine ning olemasolevatest ressurssidest lähtumine aitab Pechlaneri jt (2009: 289) väite kohaselt luua unikaalseid kliendikeskseid tooted ja pakumisi.

Morrisoni (2013: 4) poolt välja toodud turismisihtkohta iseloomustavateks tunnusteks on näiteks see, et turist leiab piirkonnast soovi korral majutuskoha ning seda toetavad teenused. Üldiselt paiknevad piirkonna majutusasutused üsna hästi, kuna igas vallas on neid vähemalt kaks. Samas on probleem madalhooajal, mil pole ühtki avatud majutusasutust Põdrala ja Viiratsi vallas. Majutusasutusi toetavaks lisateenuseks on üldiselt toitlustuse pakkumine, kuid Võrtsjärve piirkonnas piirneb see enamasti köögi kasutamise võimalusega või mõnel juhul toitlustuse ettetellimise võimalusega. Antud probleem võib osaliselt tuleneda majutusasutuste tüüpidest, milleks on peamiselt puhkemajad ja turismitalud. Toitlustusasutustest on aastaringselt avatud kuuest vaid kaks. Antud probleemi lahenduseks tuleks luua kohalikul toidul põhinevaid söögikohti puhkemajade või vaatamisväärsuste lähedusse nagu on Oiu sadamal 2015. aasta suvel plaanis teha. Söögikoht peaks pakkuma huvi nii kohalikele elanikele kui ka turistidele, et

tekitada püsivat klientuuri. Toetuse saamise võimaluseks on piirkondade konkurentsivõime tugevdamise investeeringute meede, kuid arvestada tuleb sellest tulenevate tingimustega (Piirkondade...2015).

Võrtsjärve piirkonna probleemina tuli uuringute käigus esile ka hooajalisus, millele viitasid nii periooditi avatud olevad majutusasutused kui ka toitlustuskohtade puudus lisaks intervjueeritavate poolt välja toodud märkustele. Smrekar ja Tiran (2013: 63) on lahendusena välja pakkunud loodusturismi arendamise koos hooajast tulenevate spetsiaalsete pakkumiste loomisega ning sündmuste korraldamisega madalhooajal. Uuringutest selgusid võimalustena näiteks jääaluse kalapüügi vaatamise võimaluse loomine, suusatamise ja uisutamise tingimuste rajamine, talviste spordivõistluste korraldamine. Varakevadel võiks toimuda rattaga orienteerumise võistlused, mis viivad erinevate piirkonna vaatamisväärsuste ja majutuskohadeni. Selle toetajateks võiksid olla Võrtsjärve Sihtasutus koostöös Võrtsjärve Ühenduse MTÜ-ga.

Bosnić jt (2014:155) peavad DMO ülesandeks ettevõtte ja sihtkoha väärtuse tõstmist ning strateegilise konkurentsivõime tagamist. Kuna Võrtsjärve piirkonna ohuna nähti ka konkurentide tegevusi, siis on oluline teadvustada, millised piirkonnad ja mille poolest konkurentsi pakuvad. Antud töö uuringute käigus selgus neli peamist konkurenti, kelle tegevusi jälgida. Ratiu jt (2011: 256-257) on veendunud, et turistide nõudlus aina kasvab, mis tähendab, et turismiettevõtjad peaksid lähtuma toodete innovaatiliseks muutmisest ning unustamatute kogemuste pakkumisest. Selleks peaks Võrtsjärve piirkonna organisatsioonid ja ettevõtted Võrtsjärve Sihtasutuse poolt korraldatud koostöökohtumiste käigus leidma idee ja märksõnad, millest tulenevalt konkurentidest erineda ja sihtkohale lisandväärtust anda.

Kuna uuringute tulemusena selgus veel, et Võrtsjärve piirkonna turundustegevused on pigem nõrgad olnud, siis tuleks maksimaalselt ära kasutada olemasolevaid tasuta turundusvõimalusi erinevates turismiinfoportaalides ning seejärel mõelda loodusturismi põhiste infovoldikute koostamisele koos marsruutidega. Olemasolevate võimaluste all on antud kohal mõeldud näiteks puhkaeestis.ee, visittartu.com, valgamaa.ee, southestonia.ee lehekülgedel oleva info pidevat uuendamist ja täiendamist, millele peaksid tähelepanu

pöörama nii ettevõtted kui ka Võrtsjärve Sihtasutus. Jätkata tuleks ka Võrtsjärve Facebooki leheküljele info lisamisega uutest pakkumistest ja võimalustest.

Antud peatükile ja tegevuskavas välja toodud ettepanekutele tuginedes võib öelda, et antud töö eesmärk, esitada Võrtsjärve piirkonna turismi ja arendamisega seotud organisatsioonidele ja ettevõtetele ettepanekud loodusturismi arendamiseks sihtkohas, sai täidetud. Selleks, et ettepanekutena tehtud tegevuste ja tootearenduste võimalused oleksid vastavad ka kliendi ootustele, võiks järgmiseks viia läbi ka klientide uuringu, mille käigus selgitatakse välja nende vajadused ja ootused Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha külastamisel.

## KOKKUVÕTE

Potentsiaali turismisihtkoha arendamiseks loovad enamasti meeldiv kliima, atraktiivne maastik, külalislahked inimesed ning mitmekülgsed ressursid. Kui ala on edukas turismisihtkohana, mõjub see hästi ka kohalikule majandusele, luues paremaid tingimusi kohalikele elanikele läbi erinevate teenuste ja arenenud infrastruktuuri. Loodusturism hõlmab endas erinevaid turismivorme nagu näiteks ökoturism ja looduspõhine turism, mille peamiseks reisimotivatsiooni tekitajaks on loodus. Loodusturismi arendamisel arvestatakse üldiselt kohalike inimeste huvidega ning lähtutakse keskkonna säästmise põhimõtetest. Koostöö ja kompaktsete tegevuste tagamiseks piirkonna ettevõtete ja organisatsioonide vahel on oluline roll sihtkoha juhtimise organisatsioonil.

Kuna üha enam ollakse reisinud erinevatesse sihtkohtadesse, on kasvanud ka turistide ootus pakutavate toodete ja teenuste suhtes. Turismiettevõtted ja -organisatsioonid peaksid üha enam lähtuma toodete innovaatiliseks muutmisest ja sihtkohale omaste toodete loomisest, et pakkuda kliendile meeldejäävat elamusi. Loodusturismi arendamisel sihtkohas on samuti oluline luua terviklikke tootepakette, mida külastaja ootab. Turismitooted ja teenused on aluseks turismi arenemisel ja püsimisel, kuna läbi nende on võimalik pakkuda midagi konkurentidest paremini või luua sihtkohale lisandväärtust.

Antud uurimistöö eesmärgiks oli välja selgitada, millised on Võrtsjärve piirkonna arendamise võimalused loodusturismi sihtkohana ning selleks viidi läbi kaks uuringut ajavahemikus 22.02.-05.04.15. Esimeses uuringu käigus selgitati välja piirkonna turismiressursid ning teises uuriti intervjuude vahendusel erinevate turismi ja piirkonna arendamisega seotud organisatsioonide ja ettevõtete esindajatelt, milline on Võrtsjärve piirkonna turismiressursside hetkeolukord ja arendusvõimalused.

Turismiressursside analüüsi tulemusena selgus, et Võrtsjärve piirkonnas on 26 majutusasutust ning igas vallas asub neist vähemalt kaks. Aastaringselt avatud olevaid toitlustusasutusi on piirkonnas liiga vähe ning seega on puudus ka kohaliku toidu pakkumisest. Samas on piirkonnas üsna mitmekesised võimalused aktiivsetes tegevustes osalemiseks, mille pakkujaid on kokku 24 ning tegevusi looduses 32. Vaatamisväärsusi on piirkonnas koos Võrtsjärvega 30, kuid peale järve enda ja selle kaldal asuva Järvemuuseumi, pole praegusel juhul rohkem olulisi reisimotivatsiooni allikaid. Samuti on arenguruumi veel toetavas infrastruktuuris.

Lisaks eelnevale selgus uuringute tulemusena, et Võrtsjärve piirkonnal pole veel paigas konkreetne tegevussuund, mille nimel oleksid valmis koostööd tegema enamusi piirkonna turismiettevõtjaid ja -organisatsioone. Kuna tegemist on järve ümbritseva alaga, peaks sellest tulenevaid võimalusi ka sihtkoha arendamisel arvesse võtma nagu on kirjas Võrtsjärve piirkonna turismistrateegias, mille visioon kajastab loodus- ja veeturismi tähtsust. Uuringute käigus selgus, et piirkonnas pole piisavalt loodusturismooteid ja -teenuseid ning seda toetav infrastruktuur ei ole samuti antud hetkel veel piisav, et tagada külastajatele kvaliteetne ja unustamatu kogemus.

Ettepanekuteks Võrtsjärve arendamiseks loodusturismi sihtkohaks, on esiteks konkreetsest teemast ehk loodusturismist lähtumine piirkonna arendustegevustes ning sihtkohale omaste toodete loomises. Oluline on ka turismi toetava infrastruktuuri parendamine korralikuma viidastuse ja korras ning uute matkaradade kaudu, mis tugineksid kohalikele turismiressurssidele nagu näiteks järve ümbrus, puhke- ja kaitsealad. See tähendab, et nendele aladele või ümbrusesse turismivõimaluste ja -teenuste, toodete pakkumise loomine.

Samuti tuleks luua piirkonnale omaseid ressurssidest lähtuvaid tooteid ja teenuseid, nagu näiteks kalastusretk koos põliskaluri ning hilisema kalatoidu pakkumisega või linnuvaatlus koos toetavate turismiteenustega, milleks võib olla majutus, kus on arvestatud antud sihtgrupi vajadustega. Lisaks eelnevale tuleks tegeleda ka kohalike elanike kaasamisega piirkonna arengusse läbi nende poolsete toodete ja teenuste pakkumiste, milleks võiksid olla näiteks erinevad järve ja loodusega seotud käsitöötoad ja kohaliku toidu pakkumise loomine. Veel tuleks kasutada tasuta turundusvõimalusi

erinevatel turismiinfo lehekülgedel. Eelnevalt välja toodud ettepanekute ning tegevuskava põhjal võib öelda, et töö eesmärk sai täidetud ning uurimisküsimusele leti samuti vastus.

Antud töö peaks kasu looma peamiselt Võrtsjärve piirkonna turismiettevõtetele ja -organisatsioonidele, kui ka arendustegevusega seotud organisatsioonidele. Samas leiavad antud uurimistööst ideid ja arendusvõimalusi teiste piirkondade sarnased organisatsioonid, kelle peamiseks teemavaldkonnaks on loodusturism. Antud uurimustöö võiks olla alus Võrtsjärve piirkonna tegevussuuna valikul, milleks peaks olema loodusturismi arendamine. Edaspidise uuringu eesmärgiks võiks olla kliendi vajaduste välja selgitamine Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha turismitoodete ja -teenuste pakkumises.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Ateljevic, J., Page, S.J.** 2011. *Tourism and Entrepreneurship*. New York: Routledge
2. **Benur, A.M., Bramwel, B.** 2015. Tourism product development and product diversification in Destinations. *Tourism Management*. Vol 50, pp. 213-224.
3. **Boniface, B., Cooper, C., Cooper, R.** 2012. *Worldwide Destinations: The geography of travel and tourism*. (Kaudviide)
4. **Boniface, B., Cooper, C., Cooper, R.** 2012. *Worldwide Destinations: The geography of travel and tourism*.
5. **Bornhorst, T., Ritchie, J., R., Sheenan, L.** 2009. Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, Vol 31, pp. 572-589.
6. **Bosnić, I., Tubić, D., Stanišić, J.** 2014. Role of Destination Management in Strengthening the Competitiveness of Croatian Tourism. *Ekonomski Vjesnik*, Vol 27, pp 153-170.
7. **Bryman, A.** 2012. *Social research methods*. (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
8. **Burghardt, D., Prechte, N.** 2013. Semantic similarity analysis of user-generated content for theme-based route planning. *Journal of Location Based Services*, Vol 7, pp. 223-245.
9. **Busuioc, M-F., Andrei, I.** 2013. Management of tourism destinations. *Quality - Access to Success*, Vol 14, pp. 358-362.
10. **Clow, K. E., James, K. E.** 2014. *Essentials of Marketing Research: Putting Research into Practice*.



11. Conceptual Framework. Destination Management and Quality Programme.  
UNWTO = World Tourism Organization.  
[<http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>] 2.12.2014.
12. Eesti Riiklik Turismiarenduskava 2014-2020. 2013. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium.  
[<https://www.riigiteataja.ee/akti/isa/3191/1201/3015/lisa.pdf>] 25.04.2015.
13. Encyclopedia of Research Design 2010. Ed. Salkind, N. J. SAGE Publication.
14. Exports from international tourism rise to US\$ 1.5 trillion in 2014. World Tourism Organization UNWTO. [<http://media.unwto.org/press-release/2015-04-15/exports-international-tourism-rise-us-15-trillion-2014>] 25.04.2015.
15. **Fredman, P., Tyrväinen, L.** 2010. Frontiers in Nature Based Tourism. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol 10, pp 177-189.
16. **Goeldner, C. R., Ritchie, J. R.B.** 2009. Tourism: Principles, Practices and Philosophies. (12th ed.). New Jersey: Hoboken.
17. **Goranczewski, B., Puciato, D.** 2010. Swot Analysis in the Formulation of Tourism Development Strategies for Destinations. Tourism, Vol 20, pp. 45-53.
18. **Hall, C.M., Müller, D.K., Saarinen, J.** 2009. Nordic Tourism: Issues and cases. Great Britain:
19. **Hamilton, L., Corbett-Whittier, C.** 2013. Using Case Study In Educational Research. London: SAGE Publications.
20. **Hammond, M., Wellington, J. J.** 2013. Research Methods: The Key Concepts. New York: Routledge.
21. **Haugland, S. A., Grønseth H. N. B.-O., Aarstad J.** 2010. Development of tourism destinations: An Integrated Multilevel Perspective. - Annals of Tourism Research, Vol. 38 (1), pp. 368-290.
22. **Hesse-Biber, S. N., Leavy, P.** 2011. The Practice of Qualitative Research. (2nd ed.). USA: SAGE Publications.
23. Koostöö. Võrtsjärv. [<http://www.vortsjarv.ee/koostoo>] 25.03.2015.
24. **Kozak, M.W.** 2014. Innovation, Tourism and Destination Development: Dolnośląskie Case Study. European Planning Studies, Vol 22, pp 1604-1624.

25. Looduskaitse arengukava aastani 2020. 2012. Tallinn: Keskkonnaministeerium.  
[[https://valitsus.ee/sites/default/files/content-editors/arengukavad/looduskaitse\\_arengukava\\_aastani\\_2020.pdf](https://valitsus.ee/sites/default/files/content-editors/arengukavad/looduskaitse_arengukava_aastani_2020.pdf)] 25.03.2015.
26. **Lundmark, L, Muller. D.K.** 2010. The supply of nature-based tourism activities in Sweden. Vol 58, pp379-393.
27. **Lut, D. M., Lazoc, A.** (2013) Environmental policy – a major component of the corporate social responsibility concept in Romanian companies. Quality – Access to Success, Vol 14, pp. 374-380.
28. **Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M.** 2009. Marketing in travel and tourism. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
29. **Middleton, V. T. C., Hawkins, R.** 2011. Sustainable Tourism (2nd ed.). New York: Routledge.
30. **Minciu, R., Popescu, D., Padurean, M., Hornoiu, R.** 2012. Integrated management of tourism in protected areas – vector of the quality and sustainability. Quality – Access to Success, Vol 13, pp 100-103.
31. **Morrison, A. M.** 2013. Marketing and Managing Tourism Destinations. USA: Routledge.
32. **Myers, M. D.** 2013. Qualitative Research in Business and Management. (2nd ed.). Los Angeles: SAGE Publications.
33. Nature-Based Tourism. Sustainable Tourism Online.  
[<http://www.sustainabletourisonline.com/parks-and-culture/nature-based-tourism/forms-of-nature-based-tourism/nature-based-tourism>] 26.02.2015.
34. **Olafsdottir, G.** 2013. On nature-based tourism. Vol 13, pp. 127-138.
35. **Pechlaner, H., Herntrei, M., Kofing, L.** 2009. Growth strategies in mature destinations: Linking spatial planning with product development planning, Tourism, Vol. 58 (3), pp. 285-307.
36. Piirkondade konkurentsivõime tugevdamise investeeringute toetus. EAS.  
[<http://www.eas.ee/et/avalikule-ja-mittetulundussektorile/turism/piirkondade-konkurentsivoime-tugevdamise-investeeringute-toetus>] 18.05.2015.
37. Product Development. Sustainable Tourism Online.  
[<http://www.sustainabletourisonline.com/business-operations/product-development>] 3.12.2014

38. **Ratiu, M. P., Stancioiu, A.-F., Vladoi, A.-D., Tedorescu, N.** 2011. Considerations regarding the design of specific tourism products for the tourism destination Romania. - *Annals of the University of Petrosani Economics*, Vol. 11 (3), pp. 255-262.
39. **Rønningen, Mrod.** 2010. Innovative Processes in a Nature-Based Tourism Case: The Role of a Tour -operator as the Driver of Innovation. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 10, pp. 190-206.
40. **Said, H.M., Pegah, A.** 2011. An Exploratory Study on a Potensial Ecotourism Destination in Kampung Merchong, Mukim Bebar, Pekan Phang. *Universiti Tun Abdul Razak E-Journal*, Vol. 7, pp. 1-15.
41. **Smrekar, A., Tiran, J.** 2013. *2Bparks MAINSTREAM*. Ljubljana: ZRC Publishing.
42. **Zikmund, W., Babin,B., Carr, J., Griffin, M.** 2013. *Business research methods*. (9th ed.). USA: South-Western.
43. The Vintgar gorge. Bled. [<http://www.bled.si/en/what-to-see/natural-sights/the-vintgar-gorge/Information>] 27.05.2015.
44. Turism. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. [<https://www.mkm.ee/et/tegevused-eesmargid/turism>] 25.04.2015.
45. Turismi tootearendus. EAS. [<http://www.eas.ee/et/ettevotjale/turism/turismi-tootearendus/turismi-tootearendus>] 25.04.2015.
46. **Weaver, D.** 2001. *Ecotourism*. Australia: John Wiley and Sons Australia Ltd. (algallikas)
47. What is Ecotourism?. The International Ecotourism Society. [<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>] 12.03.2015.
48. Why tourism? World Tourism Organization. UNWTO. [<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>] 04.05.2015.
49. Viljandi vald. [<http://www.viljandivald.ee/>] 25.03.2015.
50. World Tourism Organization. The Italian Ecotourism Market. [<https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1251/1251-1.pdf>] 24.03.2015.

51. Võrtsjärve Hoiuala Kaitsekorralduskava 2011-2020. Keskkonnaamet.  
[[http://www.keskkonnaamet.ee/kkk/Vortsjarve\\_HA%20\\_KKK\\_2011-2020.pdf](http://www.keskkonnaamet.ee/kkk/Vortsjarve_HA%20_KKK_2011-2020.pdf)] 25.03.2015.
52. Võrtsjärve piirkonna turismistrateegia 2014-2020. 2013. Jõesuu: Võrtsjärve Sihtasutus ja Ideest Teostuseni OÜ.2013.  
[<http://www.vortsjarv.ee/files/V%C3%B5rtsj%C3%A4rve%20turismistrateegia%202014-2020.pdf>] 25.04.2015.
53. Võrtsjärve Sihtasutus. [<http://www.vortsjarv.ee/>] 25.03.2015.
54. **Xu, J. B.** 2010. Perceptions of tourism products. Tourism Management, Vol 31, pp. 607-610.

## Lisa 1. Võrtsjärve hoiuala välispiir



## **Lisa 2. Intervjuu küsimused**

- 1) Millised on Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha tugevused?
- 2) Millised tegurid on Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha nõrkused?
- 3) Nimetage väliskeskkonnast tulenevaid ohte Võrtsjärve piirkonnale kui loodusturismi turismisihtkohale?
- 4) Millised on Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha võimalused väliskeskkonnast tulenevalt?
- 5) Kuidas paranda Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha arengupotentsiaali?
- 6) Milliseid piirkondi tuleks vaadelda kui Võrtsjärve piirkonna peamisi konkurente? Miks?
- 7) Mis võiks olla Võrtsjärve piirkonna omapäraks või konkurentsieeliseks loodusturismi sihtkohana?
- 8) Millise piirkonna tegevusi võiks Võrtsjärve piirkonna edasi arendamisel loodusturismi sihtkohana eeskujuks võtta Eestist või välismaalt? Miks?
- 9) Milline peaks olema Võrtsjärve piirkonna kui loodusturismi sihtkoha turismitoode?

### **Lisa 3. Aktiivsete tegevuste võimalused Võrtsjärve piirkonnas**

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| 1) Paadirent (sõude- või mootorpaat)     | 27) Ratsutamine                    |
| vesijalgrataste rent, kanuud või         | 28) Vibulaskmine                   |
| süstad                                   | 29) Tõukekelgud                    |
| 2) Kalapüük                              | 30) Mootorsaan                     |
| 3) Noodavedu                             | 31) Veini- ja konjakikoolitus      |
| 4) Sündmuste korraldamise võimalus       | 32) Jetilaenus (koos instruktorga) |
| 5) Korvpalliplats                        |                                    |
| 6) Grillkunni Enn Tobrelutsu             |                                    |
| õppepäev                                 |                                    |
| 7) Matkarajad                            |                                    |
| 8) Kalepurjeka sõit                      |                                    |
| 9) Disc-golfi rada                       |                                    |
| 10) Laste mänguväljak, batuut vms, Atv   |                                    |
| 11) Kalaga seotud õpitoad                |                                    |
| 12) Paintball                            |                                    |
| 13) Seikluspark                          |                                    |
| 14) Jäälune kalapüük                     |                                    |
| 15) Tenniseväljak                        |                                    |
| 16) Jalgrattarent                        |                                    |
| 17) Paadi- või kaatrisõit koos kapteniga |                                    |
| 18) Spordivarustuse rent                 |                                    |
| 19) maastikumängviktoriin                |                                    |
| 20) Lõbusõidud (banaaniga,               |                                    |
| veesuuskadega, veekummiga)               |                                    |
| 21) Jalgpalliväljak                      |                                    |
| 22) sadamateenus                         |                                    |
| 23) ATV                                  |                                    |
| 24) Lasketiir, jahilaskmine              |                                    |
| 25) Uisuväljak, suusarada                |                                    |
| 26) Laevasõit Viljandi järvel            |                                    |
| „Rannapiiga“                             |                                    |

#### Lisa 4. Tegevuskava

Eesmärk	Tegevused	Ajakava	Teostaja	Ressursid	Tulemuste mõõtmise indikaatorid
Tegevussuuna valik tulenevalt visiooni osast, mis ütleb, et Võrtsjärve piirkond on turvaline loodus- ja veeturismi sihtkoht.	1. Loodus- ja veeturismi teemast lähtumine piirkonna arendustegevustes	Alates 2015 mai	Võrtsjärve SA, piirkonna turismiettevõtjad ja -organisatsioonid	-	Ühtse eesmärgi nimel tegutsemine.
Ettevõtjate loodusturismalase teadlikkuse tõstmine ja koostöö arendamine	1. Loodusturism sihtkoha arendamise baaskoolitus ja esimene koostöökohtumine ja võimalike koostööpartnerite välja selgitamine. 2. Loodusturismi toodete arendamise koolituse ja teine koostöökohtumine ühiste loodusturismitoodete ja –pakettide välja töötamine.	Sügis 2015	Võrtsjärve SA, koolitaja	LEADER toetus Võrtsjärve Ühenduse kaudu	Ettevõtjate tagasiside, lisandunud loodusturismitoodete ja –pakettide arv, koostöökohtumisel osalejate arvu kasv.
Infrastruktuuri arendamine	1. Parema viitade süsteemi loomine piirkonna olulisemate teede ääres. 2. Olemasolevate matkaradade viidastamine ja korrastamine. 3. Uute viidastatud matkaradade loomine.	Kestev protsess alates september 2015	Võrtsjärve SA, Võrtsjärve Ühendus, Võrtsjärve Kalandus-piirkond ja vallad	Valdade ja Võrtsjärve Ühenduse (LEADER) poolne rahastus koostöö arendamiseks piirkonna ettevõtjate vahel	Silmapaistvad viidad olulisemate teede ääres, matkaradade äärsed viidad ja olemasolevate matkaradade kasutusvõimalus täispikkuses.



Eesmärk	Tegevused	Ajakava	Teostaja	Ressursid	Tulemuste mõõtmise indikaatorid
Terviklike loodusturismi sihtkoha toodete ja pakkumiste arendamine ning kohalike kaasamine	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Linnuvaatlus- ja kalaturismi toodete arendamine (kalapüük koos põlise kaluriga, linnuvaatlus).</li> <li>2. Kohaliku loodusgiidi koolitamine</li> <li>3. Kohalikul toidul põhinevate pakkumiste arendamine koostöös piirkonna elanikega (kalatoidud, kohaliku toidu kohvikud).</li> <li>4. Käsitöö ja töötubade pakkumise loomine.</li> </ol>	2016 aasta algusest	Võrtsjärve SA, piirkonna ettevõtted ja kohalikud elanikud	Piirkondade konkurentsivõime tugevdamise investeeringute meede.	Linnuvaatlus ja kalaturismi pakkumiste arvu kasv, olemas kohalik(e) loodusgiid(ide) teenus, käistöö ja töötubades osalemise pakkumiste arvu kasv.
Olemasolevate turundusvõimaluste maksimaalne kasutamine	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turismiinfo (tooted, teenused, atraksioonid, sündmused) lisamine puhkaeesti.ee, visitestonia.com, valgamaa.ee, visittartu.com ja SA Lõuna-Eesti Turism kodulehekülgedele ning Võrtsjärve SA koduleheküljele.</li> <li>2. Turismiinfo uuendamine eelnevas punktis nimetatud lehekülgedel.</li> <li>3. Loodusturismi teemalise infovoldiku koostamine, mis sisaldab ka teemamarsruute.</li> </ol>	Kestev protsess alates juuni 2015	Võrtsjärve SA, piirkonna turismi-ettevõtjad	Võrtsjärve SA poolne rahastus (infotöötaja palk), ettevõtjate poolne panus infovoldiku koostamiseks.	Kõigi piirkonna turismiteenuste pakkuja olemasolu puhkaeesti.ee, visitestonia.com, valgamaa.ee, visittartu.com ja SA Lõuna-Eesti Turism kodulehekülgedel; pidev uute pakkumiste lisandumine; valmis infovoldik.
Hooajalisuse vähendamine	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hooajast tulenevate spetsiaalsete pakkumiste loomine (jääluse kalapüügi vaatamise võimalus, uisutamise ja suusatamise tingimuste loomine).</li> <li>2. Sündmuste korraldamine madalhooajal (rattaga orienteerumine, mille eesmärgiks on külastada piirkonna turismiettevõtteid ja vaatamisväärsusi).</li> </ol>	Kestev protsess alates september 2015	Võrtsjärve SA koostöös Võrtsjärve Ühenduse MTÜ-ga.	Võrtsjärve SA koostöös Võrtsjärve Ühenduse MTÜ-ga.	Piirkonna külastatavuse ja turismiteenuste tarbimise kasv madalhooajal.

# SUMMARY

## NATURE TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT: THE CASE OF LAKE VÕRTSJÄRV AREA

Margit Ajaots

Theme-based product and tourism destination management is important because it is the way how to enhance the satisfaction of tourists by offering the opportunities to develop new knowledge and get new experience. This approach allows to become a known and preferred tourism destination, which is important because people travel more and thus grow their expectations for the new destinations.

According to the Estonian national tourism development plan Estonia has four main themes and one of them is the nature tourism, which is the basis for this research. Nature lovers from abroad are increasingly interested about in visiting Estonian nature. This is also the reason why development of nature tourism has the potential for high growth.

For creating new nature destinations and their offerings, the tourism opportunities must be developed in inland waterways and their surroundings, which is said in the Estonian national tourism development plan. Estonian biggest inland lake Lake Võrtsjärv creates create opportunities for that goal. The vision that is set in the Lake Võrtsjärv area tourism strategy also reflects the importance of nature tourism development.

Consequently, the idea of this study is to find out opportunities about nature tourism development in the Lake Võrtsjärv area. The research question is, what are the possibilities of developing the nature tourism destination? The main purpose of this study is to make recommendations for the Lake Võrtsjärv area development and tourism organizations and companies to nature tourism development in the destination.

To meet this objective, the following research tasks were set:

- analysis of the theoretical sources about nature tourism destination development;
- the study design and execution by the secondary data analysis method to find out the current situation of the destination tourism resources;
- study design and execution by interview method to get the overview about the current situation and development opportunities in the Lake Võrtsjärv area from the representatives of various tourism and development organizations and companies;
- analysis of the survey results;
- make conclusions and suggestions for the Lake Võrtsjärv area tourism and development organizations and companies for the nature tourism development.

Tourism resource analysis revealed that Lake Võrtsjärv area has 26 companies who are offering accommodation. Each of seven parish of the area has at least two of them. The year-round food offering is one of the area weaknesses. The opportunities for taking part in the activities is quite good, because there are 24 activity providers. There are 30 attractions in the area, but most of them do not create the travel motivation besides the lake itself and its museum.

In addition, as the result of the studies showed that the Lake Võrtsjärv area has not the specific courses of action for what the tourism companies and organizations are willing to cooperate. It might be also the reason why the area does not have enough nature tourism products and services. Studies also showed that the infrastructure is also the field that needs the improvement.

The first proposal for the development of Lake Võrtsjärv area is to improve the infrastructure by making better system of signposts and arrange the hiking trails. Secondly, to create resource based nature tourism products like fishing trips with the native fisherman or bird watching by the lake with supporting tourism services. In addition to above mentioned things, it is also important to involve local residents through their contribution to the service offerings, such as handicraft workshops and food services.

This study is useful mainly for the Lake Võrtsjärv area development and tourism companies and organizations. It also might be useful for the other destination companies and organizations whose aim is to develop nature tourism. The study about the nature tourism should be the base for the theme specific development actions in Lake Võrtsjärv area.

**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Margit Ajaots,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

“Loodusturismi arendamine Võrtsjärve piirkonna näitel“,

mille juhendaja on Tatjana Koor,

1.1 reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **20.05.2015**